

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang akan terus bergerak maju, peran media sosial disini memiliki strategi pemasaran semakin penting tepatnya untuk produk Indibiz ini. Salah satu platform yang pastinya menjadi pusat perhatian dalam beberapa tahun terakhir yaitu TikTok. TikTok ini merupakan suatu platform media sosial yang memiliki basic video yang nanti pasti memungkinkan pemakai untuk membuat dan sharing antara konten pendek dengan berbagai macam daya kreasi[1]. Dengan basis pemakai yang sangat besar, terutama di golongan anak muda, TikTok ini merupakan tempat yang menjadi sangat kuat bagi Perusahaan Telkom untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Indibiz.

Faktanya TikTok ini mempunyai peran besar sebagai alat pemasaran yang sangat berpengaruh dan tidak bisa diabaikan. Oleh karena itu konten kreatif yang dihasilkan oleh para pemakai TikTok mampu bisa menarik perhatian jutaan pemirsa dengan berbagai macam-macam golongan, mulai dari hiburan, seni, olahraga, gaya hidup, hingga promosi produk[2]. Hal ini pasti membuka kesempatan besar untuk perusahaan Indibiz agar bisa memanfaatkan platform ini sebagai sarana memperkenalkan dan memasarkan produk mereka. Serta pentingnya konten kreatif di TikTok juga dapat dilihat dari kenyataan bahwa konsumen modern cenderung lebih peka kepada konten yang menghibur, informatif, dan sesuai dengan minat mereka[3]. Dibandingkan dengan iklan yang tradisional yang sering kali dianggap mengganggu, konten kreatif di TikTok memiliki daya tarik yang lebih kuat karena dapat memberikan informasi tentang produk secara menarik dan tidak terlalu formal[4]. Para kreator konten memiliki keahlian untuk menyiapkan informasi produk menjadi konten yang lebih menyenangkan seperti melalui tantangan atau review produk yang unik. Selain itu, TikTok juga memberikan fitur-fitur kreatif seperti efek visual, musik, dan filter yang

bisa meningkatkan daya tarik konten[5]. Dengan penggunaan efek-efek ini, konten yang dihasilkan bisa semakin lebih menarik dan mengambil perhatian pengguna dengan langkah-langkah yang baru dan lebih kreatif. contohnya, pengguna bisa membuat video dengan efek-efek yang lucu atau dramatis untuk mengoptimalkan pesan yang ingin disampaikan tentang suatu produk Indibiz.

Peran konten di TikTok juga terkait erat dengan tren penggunaan media sosial saat ini. Cenderung lebih menyukai konten yang ringkas, mudah dicerna, dan menghibur[6]. Oleh karena itu, konten-konten kreatif yang dihadirkan di TikTok memiliki kemampuan besar untuk mencapai target yang tepat dan meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Indibiz[7]. Selain memberikan dampak positif bagi brand awareness, konten kreatif di TikTok juga dapat berperan dalam meningkatkan interaksi dan feedback antara konsumen dan merek[8].

Dengan menyediakan ruang bagi konsumen untuk berperan serta dalam berbagai tantangan atau kontes yang tergantung dengan produk, TikTok memungkinkan terjalinnya hubungan yang lebih dekat antara produk dengan konsumen[9]. Hal ini juga sangat membantu supaya bisa membangun komunitas yang loyal terhadap suatu produk Indibiz. tidak hanya itu, konten kreatif di TikTok juga memiliki kemampuan untuk menjadi populer. Sebuah konten yang berhasil menarik perhatian banyak pengguna dan mendapatkan banyak like, share, dan komentar dapat dengan sangat cepat menyebar luas di platform ini. antusiasme konten dapat memberikan eksposur yang besar kepada produk Indibiz yang telah dipromosikan dalam kontentersebut, sehingga pasti akan meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk tersebut[10].

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah dikemukakan permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah kurang tingkat daya tarik konsumen terhadap produk Indibiz yang di promosikan dalam bentuk konten di TikTok.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Merujuk pada latar belakang dan juga rumusan masalah yang telah di paparkan muncul pertanyaan peneliti yang dirumuskan sebagai berikut;

1. Bagaimana pengaruh konten kreatif di TikTok terhadap daya tarik konsumen pada produk Indibiz?
2. Sejauh mana Kontribusi Konten Kreatif di TikTok dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk-produk Indibiz?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan yang telah dijelaskan sebelumnya ,tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk Indibiz melalui konten kreatif yang menarik dan informatif di TikTok.
2. Kontribusi konten Kreatif diTikTok secara signifikan untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk Indibiz dan mengarahkan mereka untuk memilih produk tersebut.

Batasan masalah terkait dengan peran konten kreatif di TikTok dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Indibiz dapat dijelaskan sebagai berikut:

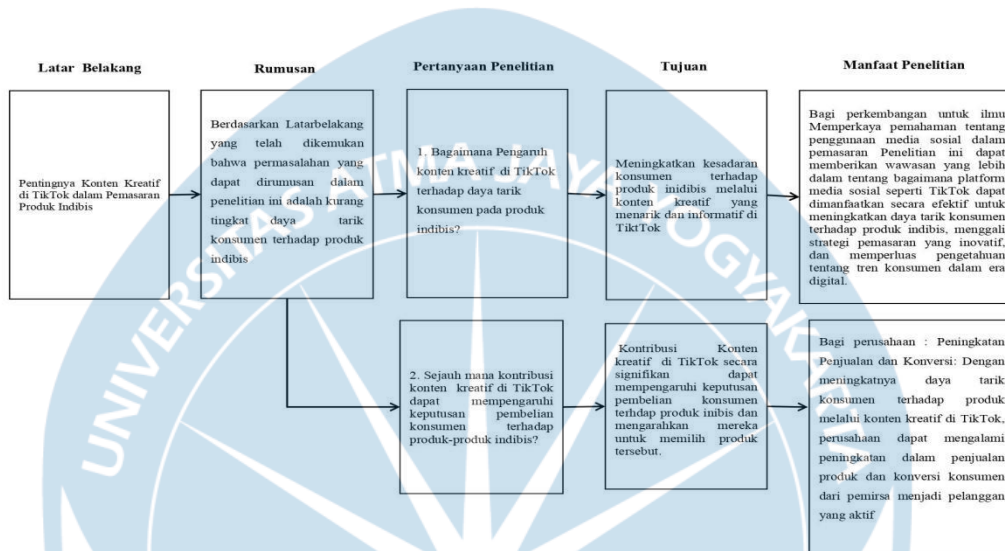
1. Fokus pada jenis konten kreatif yang paling efektif: Penelitian ini akan membatasi analisis pada jenis konten kreatif tertentu di TikTok yang memiliki dampak signifikan dalam menarik perhatian konsumen terhadap produk Indibiz.
2. Peran viralitas konten: Batasan ini akan menitikberatkan pada bagaimana viralitas konten kreatif di TikTok dapat mempengaruhi kesadaran merek (brand awareness) dan minat konsumen terhadap produk Indibiz.
3. Pengaruh interaksi konsumen: Penelitian ini akan membatasi analisis pada bagaimana interaksi konsumen dengan konten kreatif di TikTok dapat memengaruhi pembentukan hubungan emosional dan loyalitas terhadap merek Indibiz.
4. Konteks industri bisnis tertentu: Batasan masalah ini akan memfokuskan analisis pada peran konten kreatif di TikTok dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Indibiz dalam konteks industri bisnis tertentu, seperti makanan dan minuman, mode, atau teknologi.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah diangkat dan juga tujuan dari penelitian yang sudah ditentukan, maka manfaat dari penelitian yang diharapkan adalah:

1. Bagi perkembangan untuk ilmu: Memperkaya pemahaman tentang penggunaan media sosial dalam pemasaran. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana platform media sosial seperti TikTok dapat dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Indibiz, menggali strategi pemasaran yang *inovatif*, dan memperluas pengetahuan tentang *tren* konsumen dalam era digital.

## 1.6 Bagan Keterkaitan



Gambar 1.1 Bagan Keterkaitan