

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada eremodern seperti saat ini teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan sangat pesat. Media seperti internet dengan berbagai macam aplikasi telah membantu dalam bidang kehidupan, seperti bidang pendidikan, pemerintah, pemasaran, pariwisata, dan bidang lainnya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi sangat cepat berada di tengah kehidupan masyarakat seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, komunikasi dapat dilakukan dengan menggunakan media electronic.

Perkembangan internet mengalami pembaruan, membuat internet digunakan sebagai kebutuhan komunikasi dan memudahkan manusia dalam melakukan aktivitasnya. Menurut data WeareSocial dan Hootsuite tentang dunia digital 2020 terungkap bahwa pengguna internet di seluruh dunia mencapai 4,5 miliar orang, angka ini menunjukkan bahwa pengguna internet telah mencapai lebih dari 60% penduduk dunia atau lebih dari separuh populasi di bumi.

Bahwa internet sebagai media informasi dan komunikasi semakin diterima sangat dibutuhkan masyarakat dunia. Begitu juga Indonesia, pentingnya penggunaan internet disadari oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Terbukti berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet Indonesia periode 2019 – kuarta II 2020 mencapai 196,7 juta atau 73,7% dari populasi di Indonesia. Untuk kontribusi perwilayah adalah penggunaan di Pulau Jawa masih kontribusi terbesar terhadap kenaikan jumlah penggunaan internet yaitu 56,4%, sedangkan penggunaan internet di Pulau Sumatra dengan 22,1%, Sulawesi 7%, Kalimantan 6,3%, Bali Nusa Tenggara 5,2%, dan Maluku Papua 3%. (BeritaSatu.com - [Berita Terkini, Informasi Kelas Satu](#))

Penggunaan media yang tepat berpengaruh dalam perkembangan suatu brand terutama bagi pelaku bisnis dalam bentuk online. Media social semakin berkembang setiap waktunya, tantangan bagi para competitor juga semakin beragam. Tingkat kesadaran dari target market atau konsumen terhadap suatu merek adalah hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Semakin merek itu dikenal oleh banyak orang maka peluang dari keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Melihat dari data penggunaan internet di Indonesia menunjukkan bahwa perkembangan internet berdampak pada semua bidang, khususnya pada bidang usaha ritel yang berbasis teknologi digital. Salah satu media yang sedang populer ialah TikTok dan Instagram.

TikTok menjadi salah satu aplikasi yang digemari. Banyak orang rela meluangkan waktunya hanya untuk memandangi layar ponsel yang sedang mengakses TikTok agar bisa mendapatkan keuntungan. Berikut daya Tarik TikTok yang digemari semua kalangan :

1. Media Hiburan

TikTok menjadi salah satu media yang digunakan untuk menghibur diri. Dalam kondisi sedang lelah maupun ada masalah, membuka aplikasi TikTok bisa membuat kita tertawa karena banyak konten lucu didalamnya.

2. Aplikasi Yang Efisien

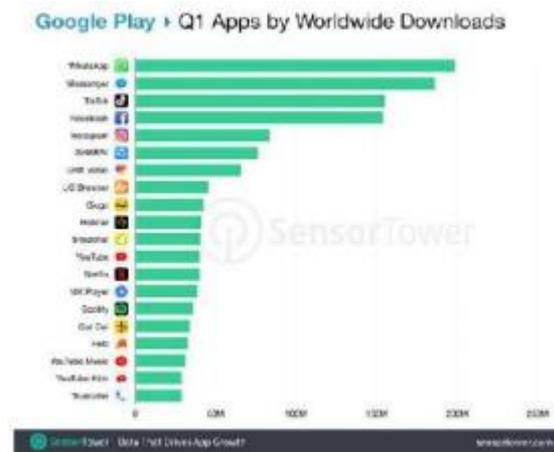
Cara penggunaan aplikasi yang sangat praktis dan efisien, hanya dengan mengusapnya ke atas, lalu kita bisa menemukan konten lainnya.

3. Durasi Yang Singkat

Durasi yang singkat bisa menghilangkan rasa bosan dan seolah menonton sesuatu langsung pada intinya.

4. Sumber Informasi

TikTok menjadi salah satu media penyebar berita tercepat yang ada dan dimiliki banyak pengguna. Informasi bisa



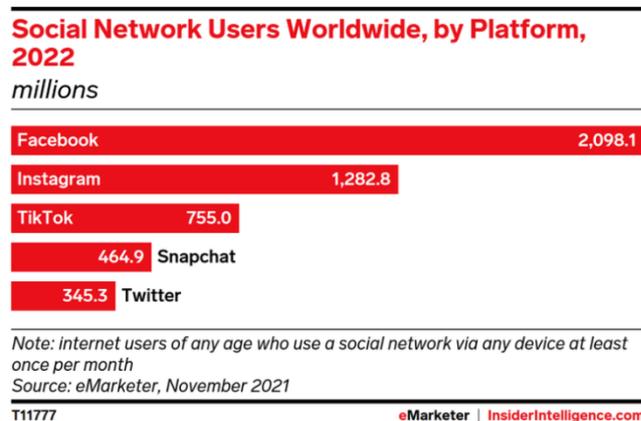
Sumber : [TikTok Menjadi Aplikasi iOS Paling Banyak Diunduh Selama 5 Kuartal - MakeMac \(grid.id\)](#)

Reputasi TikTok semakin populer di tingkat global, TikTok menjadi media sosial terbesar ketiga di dunia. TikTok lebih besar dari Twitter, membayangi Facebook dan Instagram, dari jumlah pengguna aktif.

Facebook memimpin diposisi pertama dengan total pengguna aktif bulanan sebesar 2,1 miliar pada tahun 2022. Tepat dibawah Facebook, Instagram mempunyai total 1,28 miliar pengguna aktif dalam satu tahun. Sementara itu dua posisi terbawah diisi oleh Snapchat dan Twitter dengan prediksi jumlah aktif masing-masing sebesar 464 juta dan 345,3 juta pada tahun 2022.

Semakin majunya teknologi dan perkembangan media sosial, membuat para pengguna aktif media sosial makin meningkat setiap tahunnya. Khususnya media sosial Tik Tok dan Instagram yang semakin banya digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat. Banyaknya pengguna media sosial terbut maka secara tidak langsung akan menaikkan reputasi media sosial tersebut.

Gambar 1.2 Daftar 5 Media Sosial Beserta Jumlah Pengguna Aktif pada Tahun 2022



Sumber :

<https://tekno.kompas.com/read/2022/01/03/08070077/tiktok-diprediksi-jadi-medsos-terbesar-ketiga-pada-2022>

Sama media social lainnya seperti Youtube dan Facebook, Aplikasi Tiktok juga memperkenalkan fitur baru yaitu *Tiktok For Bussiness* sebagai bentuk inovasi dan eksperimen dari aplikasi Tiktok untuk memberikan wadah bagi pelaku bisnis di aplikasinya. Cara baru Tiktok untuk menghadirkan berbagai macam fitur baru salah satunya yaitu mulai merambah ke pasar *ecommerce* dengan menambahkan fitur belanja *online*. Selain *Tiktok For Bussiness* saat ini Tiktok juga menambahkan fitur berupa tautan ke situs *ecommerce* di biografi profil. Layanan ini mirip dengan Instagram pada bagian profil, dimana pengguna lainnya bisa membuka tautan dan langsung masuk ke situs terkait. Dengan begitu, calon pembeli bisa langsung melihat toko *online*.

Meskipun Tiktok merupakan media social dengan platform hiburan, kehadiran *Tiktok For Bussiness* banyak membantu para pelaku bisnis untuk terhubung dengan komunitas yang lebih besar, mudah ditemukan oleh pengguna Tiktok dan membangun lingkungan bermedia social yang sehat dengan menciptakan kreativitas pada konten yang

diunggah serta melibatkan pengguna dalam kampanye pemasaran yang dijalankan oleh pelaku bisnis bukan hanya sekedar melihat tapi juga ikut terinspirasi untuk membuat konten Tiktok dengan versinya sendiri. Beberapa pelaku bisnis sudah mulai memanfaatkan Tiktok.

Penggunaan media social Tiktok membantu bagi pelaku bisnis ataupun onlineshop dalam menjangkau target sasarannya sebagai media promosi, media informasi, maupun sarana meningkatkan citra institusi didepan khalayak. Salah satu perusahaan yang sudah merasakan kemudahan dan manfaat dari penggunaan aplikasi Tiktok sebagai media promosi adalah ACE Hardware.

ACE Hardware merupakan toko ritel yang menjual perkakas serta perlengkapan rumah tangga, perkantoran, maupun instansi lainnya. Dalam pemasarannya, ACE Hardware melakukan aktivitas pemasaran atau promosi secara *online* melalui pemanfaatan media social. Media social yang digunakan ACE Hardware sebagai media promosi adalah Instagram, WhatsApp, Tiktok, dan juga platform commerce seperti shopee guna mempermudah proses penjualan produk.

Tidak hanya ACE Hardware, saat ini sudah ada beberapa toko ritel yang menggunakan aplikasi Tiktok dan Instagram sebagai media promosinya. Beberapa yang sudah memanfaatkan aplikasi Tiktok dan Instagram sebagai media promosinya seperti @mrdiy.indonesia dan @mitra10_official.

Apabila dilihat dari jumlah pengikut pada akun Tiktok dan Instagram dari ACE Hardware dan juga kompetitornya, saat ini akun @aceindonesia menjadi akun *online* produk perkakas dengan jumlah pengikut terbanyak dibandingkan competitor lainnya. Hal ini dibuktikan dengan tabel perbandingan jumlah pengikut ACE Hardware dengan competitor sebagai berikut :

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Pengikut dengan Kompetitor

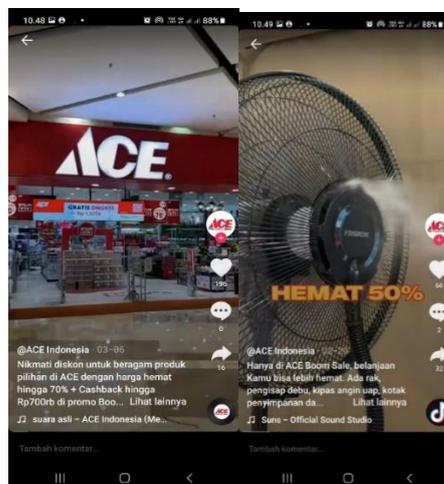
Nama Akun Tiktok	Jumlah Pengikut
@aceindonesia	8.797
@mrdiy.indonesia	7.100
@mitra10_official	2.252

Nama Akun Insatgram	Jumlah Pengikut
@aceindonesia	520.000
@mrdiy.indonesia	238.000
@mitra10_official	157.000

Sumber : Akun TikTok dan Instagram @aceindonesia, @mrdiy.insonesia, @mitra10_official

Berikut adalah beberapa foto dan video konten ACE Hardware Indonesia yang diunggah dalam akun TikTok dan Instagram @aceindonesia :

Gambar 1.3 Bentuk Video Konten ACE Hardware yang diunggah di akun @aceindonesia



Sumber : Akun Tiktok @aceindonesia

Dalam beberapa konten video Tiktok dan Instagram yang diunggah oleh @aceindonesia hampir seluruh konten yang diunggah mengutamakan promosi detail, cara penggunaan produk, informasi lainnya terkait produk yang dijual, serta menginformasikan produk yang sedang diskon.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis melakukan penelitian mengenai perkembangan serta pemanfaatan media sosial seperti Tiktok dan Instagram sebagai media promosi. Penelitian menggunakan wawancara langsung terhadap pengguna Tiktok dan Instagram, dengan objek penelitian Tiktok dan Instagram. Penelitian ini diberi judul :

“Analisis Pemanfaatan Tiktok dan Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Membangun Brand Image Produk Krisbow Pada PT ACE Hardware Indoensia Tbk.”

1.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, penulis memberikan batasan pada Pemanfaatan Tiktok dan Instagram Dalam Membangun Brand Image di ACE Hardware Indonesia sebagai tempat dilakukan penelitian. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara kepada Pelanggan ACE Hardware Indonesia.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan dalam proses penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Media promosi apa saja yang digunakan oleh PT ACE Hardware Indonesia Tbk?

2. Bagaimana cara pemanfaatan media pemasaran TikTok dan Instagram pada PT ACE Hardware Indonesia Tbk?
3. Kendala apa saja yang terjadi dalam media Tiktok dan Instagram pada PT ACE Hardware Indonesia Tbk ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui media promosi yang digunakan oleh PT ACE Hardware Indonesia Tbk.
2. Mengetahui cara pemanfaatan media TikTok dan Instagram dalam pemasaran pada PT ACE Hardware Indonesia Tbk.
3. Mengetahui kendala yang terjadi dalam media pemasaran TikTok dan Instagram.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
Sebagai proses pembelajaran dalam melakukan penelitian analisis pemanfaatan media sosial.
2. Bagi Institusi Pendidikan
Sebagai informasi yang objektif guna menjadikan sebuah referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi Perusahaan
Sebagai informasi atau masukan ACE Hardware untuk memperhatikan perkembangan media sosial dan dapat memanfaatkan media sosial dengan baik sebagai media promosi untuk membangun brand image produk krisbow.

