

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

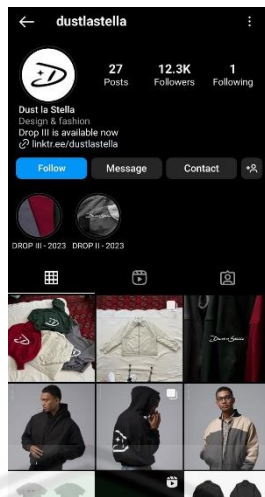
Fenomena yang saat ini sedang populer di kalangan anak muda hingga orang dewasa adalah menghasilkan sebuah konten pada media sosial. Konten promosi menjadi salah satu ide konten yang saat ini banyak dibuat oleh para konten kreator, *influencer*, maupun perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa mereka (Yupitriani & Heryadi Putri, 2023). Konten promosi merupakan strategi yang digunakan dalam pemasaran untuk merencanakan, membuat, dan menyalurkan konten yang dapat menarik perhatian sasaran untuk menjadi konsumen (Pulizzi & Barrett, 2009).



Gambar 1.1 Logo Dust la Stella

(Sumber: [tiktok.com/@dustlastellaa/2023](https://www.tiktok.com/@dustlastellaa/2023))

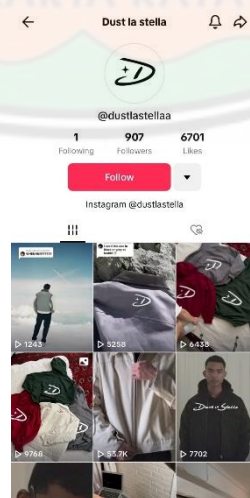
Stardust merupakan salah satu konten kreator asal Indonesia yang menggunakan konten untuk mempromosikan produk jaket bernama Dust la Stella. Dust la Stella adalah produk jaket yang diproduksi oleh Stardust sendiri. Stardust mempromosikan produk jaket miliknya secara daring melalui media sosial Instagram dan TikTok dengan akun @dustlastella dan @dustlastellaa.



Gambar 1.2 Profil Akun Instagram @dustlastella

(Sumber: [instagram.com/@dustlastella/2023](https://www.instagram.com/@dustlastella/2023))

Pada media sosial Instagram @dustlastella, periode Juli 2022 hingga Juni 2023 Dust la Stella telah berhasil mendapatkan ± 12,3 ribu pengikut. Pada media sosial Instagram, Dust la Stella membagikan 27 konten promosi yang didominasi oleh konten berbentuk gambar. Para pengikut pada media sosial Instagram antusias serta memiliki minat untuk membeli produk jaket yang diproduksi oleh Dust la Stella. Namun, keberhasilan promosi Dust la Stella di Instagram justru berbanding terbalik pada media sosial TikTok.



Gambar 1.3 Profil Akun TikTok @dustlastellaa

(Sumber: [tiktok.com/@dustlastellaa/2023](https://www.tiktok.com/@dustlastellaa/2023))

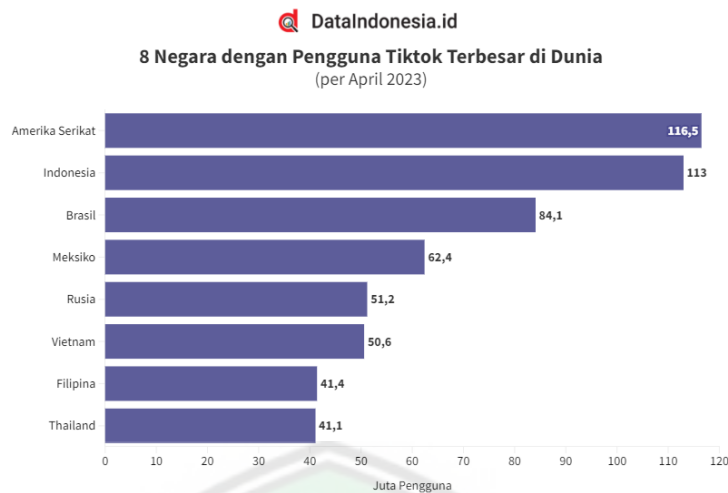
Pada media sosial TikTok @dustlastellaa, terlihat bahwa pada periode Juli 2022 hingga Juni 2023 Dust la Stella hanya memiliki  $\pm 907$  pengikut. Pada periode tersebut, Dust la Stella hanya membagikan 12 konten berbentuk video singkat. Terlihat bahwa pengikut pada media sosial TikTok kurang berminat pada konten promosi dan produk jaket yang diberikan oleh Dust la Stella.



Gambar 1.4 Salah Satu Konten Promosi Produk Jaket Dust la Stella Pada Akun @stardustlr

(Sumber: [tiktok.com/@stardustlr/2023](https://www.tiktok.com/@stardustlr/2023))

Kurangnya minat pengikut pada konten promosi Dust la Stella, membuat Stardust memanfaatkan akun TikTok pribadinya yang bernama @stardustlr untuk menghasilkan konten promosi produk jaket miliknya, yakni Dust la Stella. Melalui media sosial TikTok pribadi miliknya dan penyajian promosi yang unik, mampu menarik minat masyarakat untuk membeli produk jaket Dust la Stella dan mengikuti media sosial TikTok @dustlastellaa. Hal ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut.



Gambar 1.5 Data Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar di Dunia per April 2023

(Sumber: dataindonesia.id/2023)

Fenomena menghasilkan konten pada media sosial TikTok semakin hari kian meningkat pesat. Sebanyak  $\pm$  1,09 miliar orang mengunduh media sosial TikTok di Play Store dan App Store sepanjang April 2023. Pengguna media sosial TikTok bersaing menghasilkan berbagai macam konten unik sesuai dengan bakat dan kemampuan yang mereka miliki. Sehingga, TikTok menjadi media sosial yang laris banyak digunakan masyarakat saat ini (Tama, 2023).

Pada tahun 2018, media sosial TikTok mendapat banyak respon negatif dikarenakan penyalahgunaan masyarakat menghasilkan konten tidak mendidik terutama pada anak-anak. Sehingga, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia memblokir media sosial TikTok hingga Juli 2018 (Kominfo, 2018). Setelah pembukaan blokir tersebut, banyak masyarakat mulai dari masyarakat biasa hingga konten kreator dan *influencer* membuat serta menghasilkan konten melalui akun TikTok yang mereka miliki. Akhirnya, TikTok digemari oleh banyak kalangan dan banyak konten positif serta bermanfaat yang dihasilkan pada media sosial tersebut.

Terdapat berbagai macam ide konten yang dihasilkan oleh para konten kreator dan *influencer* untuk dapat masuk ke *For You Page* (FYP) pada media sosial TikTok.

Konten hiburan, edukasi, tips dan trik, memasak, kecantikan, *fashion*, kesehatan, bahkan konten promosi untuk menarik perhatian masyarakat sebagai pengguna media sosial TikTok. Media sosial TikTok menjadi media promosi baru saat ini karena perkembangan penggunaannya yang sangat cepat untuk meningkatkan penjualan dan membangun *brand awareness* perusahaan produk serta jasa. Selain itu, dengan mempromosikan produk atau jasa pada media sosial TikTok dapat meningkatkan peluang suatu perusahaan untuk mendapatkan pengikut (TikTok, 2023).

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang ditemukan, disimpulkan bahwa di media sosial Instagram maupun TikTok, para *influencer*, konten kreator, maupun perusahaan dan mahasiswa menggunakan konten sebagai media untuk merancang strategi komunikasi yang baik kepada masyarakat. Tidak hanya itu, konten digunakan juga sebagai media promosi penjualan suatu produk dan membangun serta meningkatkan *brand awareness* pada perusahaan dan perguruan tinggi. Konten juga menjadi sarana edukasi kepada masyarakat dengan cara yang kreatif dan mudah untuk dinikmati.

Namun, berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang ada, tidak ditemukan penelitian mengenai menganalisis konten promosi produk yang memiliki daya minat berbeda di setiap *platform* media sosial. Sehingga fenomena pemanfaatan konten promosi produk jaket milik Stardust di media sosial TikTok pribadinya menarik untuk diangkat sebagai penelitian dengan judul “Analisis Konten Promosi Produk Jaket Dust la Stella Pada Media Sosial TikTok @stardustlr”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka fokus dalam penelitian ini adalah menganalisis isi konten promosi produk jaket Stardust, Dust la Stella pada media sosial TikTok.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana isi konten promosi produk jaket Dust la Stella pada media sosial TikTok @stardustlr?”

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah: untuk mengetahui isi konten promosi pada media sosial TikTok @stardustlr dalam mempromosikan produk jaket miliknya bernama Dust la Stella.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

#### **1. 5. 1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan wawasan untuk menganalisis isi konten promosi pada media sosial TikTok.

#### **1. 5. 2. Kegunaan Praktis**

##### **1. Sivitas Akademik**

Penelitian ini memberikan ide-ide untuk mengembangkan konten promosi di media sosial TikTok.

##### **2. Stardust**

Penelitian ini juga mampu memberikan inspirasi sebagai kegiatan yang memberikan manfaat lebih untuk menarik perhatian masyarakat.