BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini internet mampu menghubungkan jaringan pengguna di seluruh dunia, memungkinkan mereka untuk berkomunikasi dan bertukar informasi satu sama lain. Dengan kata lain internet adalah jaringan global yang menjangkau dunia. Di era modern seperti sekarang perkembangan teknologi telah berlangsung dengan sangat pesat. Internet kini bukan lagi sekedar kebutuhan tambahan, melainkan telah menjadi kebutuhan pokok bagi manusia. Kehidupan di zaman ini menuntut akses informasi yang mudah dan cepat, yang pada gilirannya memberikan dampak besar pada berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat (Fitriani, 2021).

Banyak perubahan yang telah disebabkan oleh kemajuan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi menunjukan hal ini dalam kehidupan sehari-hari yang sudah terintegrasi dengan teknologi informasi, baik dalam pekerjaan maupun hiburan. Adanya internet membuat teknologi informasi yang menarik, adanya teknologi canggih seperti ponsel pintar telah membuat akses internet menjadi mudah dan lebih cepat. Tidak hanya berbagi pesan semata, perkembangan jaringan internet telah menjadi fondasi utama dalam terciptanya media sosial, dengan banyak nya pengguna kini juga berfungsi sebagai media untuk berbagai informasi berupa berita, gambar maupun video (Prasetya & Marina, 2022).

Sehubungan dengan semakin banyaknya pengguna media sosial saat ini, keberadaan media sosial dapat digunakan untuk berbagai hal, dimana orang bersosialisasi satu sama lain secara online. Memungkinkan pengguna berkomunikasi tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga mereka dapat berkomunikasi kapan saja dan dimana saja. Selain itu, media sosial menawakan

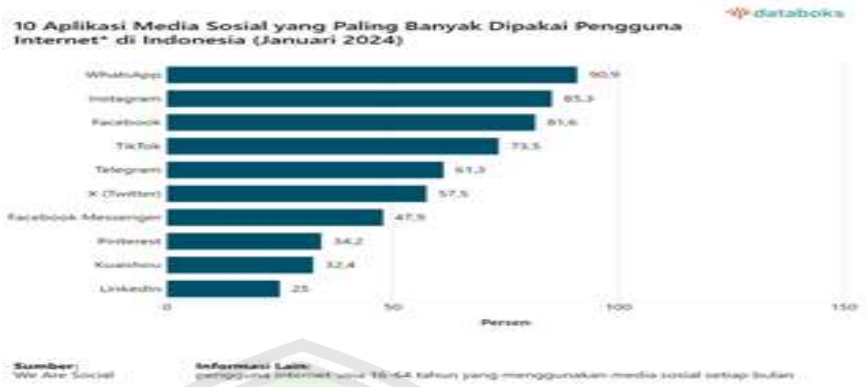
Pemanfaatan TikTok.., Najwa Dalillah Pratiwi, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

hiburan untuk menghilangkan rasa bosan dan lelah. Mareka bahkan bisa tertawa dengan hanya melihat konten di media sosial (Rahman et al., 2023).

Pemanfaatan media sosial dapat dijadikan sarana promosi yang mudah bagi pelaku usaha. Kehadiran media sosial seperti TikTok, Instagram dan Facebook sebagai alat promosi menawarkan potensi yang sangat menjanjikan. Hal ini disebabkan oleh kepraktisan media sosial, serta jumlah penggunanya yang terus meningkat, sehingga mempermudah penyebaran pesan. Pengguna media sosial dalam promosi memberikan berbagai manfaat, seperti membantu memperkenalkan produk dan jasa dari suatu bisnis.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih baik antara konsumen dan distributor, meningkatkan citra perusahaan serta merek produk, mengurangi biaya promosi, dan berfungsi sebagai media penjualan daring. Lebih jauh lagi, penggunaan media sosial memungkinkan perusahaan untuk melakukan survei terkait kebutuhan dan keinginan pelanggan. Oleh karena itu,banyak perusahaan yang berfokus pada peningkatan desain konten di media sosial sebagai bagian dari strategi pelaksanaan proses bisnis mereka (Angelica et al., 2023).

Ada banyak media sosial yang menawarkan kemudahan pengguna untuk saling komunikasi, berbagi dan mendapatkan informasi dengan orang di seluruh dunia dengan mudah tergantung kebutuhan dan preferensi seperti contohnya Whatsapp, Instagram, Facebook, TikTok, dan X (Twitter), yang merupakan jajaran *platform* media sosial yang populer dan sering di gunakan di Indonesia di tahun 2025.



Gambar 1. 1 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Awal 2024

sumber: https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ea436ab12f2/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024

Dari data di atas TikTok menempati posisi ke-4 dalam kategori aplikasi media sosial yang paling banyak di gunakan di Indonesia pada Januari 2025. Media sosial TikTok merupakan aplikasi yang di dirikan Zhang Yiming pada September tahun 2016,dan memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi, berkreasi, dan menikmati berbagai video menarik dengan berbagai genre. Tidak hanya sebagai wadah untuk mencari hiburan TikTok mewadahi pada penggunanya untuk berkreasi dengan berbagai efek khusus yang menarik, mengunggah dan membagikan video ataupun foto karya mereka kepada khalayak luas (Rahadi, 2017).

TikTok salah satu media sosial yang paling diminati saat ini, telah menjadi runitas bagi pengguna TikTok untuk *scrolling* baik konten hiburan maupun informasi yang menarik. Media sosial TikTok tidak terlepas dari peran konten kreator yang menyajikan berbagai konten secara konsisten. Konten kreator merupakan sosok yang memberikan informasi ke berbagai jenis media, termasuk media digital untuk keperluan memperbarui situs web seperti, blog,

artikel, fotografi, videografi, mengelola media sosial, mengedit dan mendistribusikan konten media digital adalah salah satu ciri dari konten kreator.

Tentunya dengan semakin beragamnya konten-konten *trending* yang dihadirkan TikTok dan bertambahnya jumlah pengguna, media sosial telah menjadi media kreativitas dan pemberi informasi tentang suatu hal, serta kendali dalam mempromosikan produk dan jasa mereka. Oleh karena itu, TikTok dapat menjadi media periklanan yang potensial khususnya di bidang promosi melalui konten video, foto dan lagu yang ada di dalam aplikasi.

Berbagai konten TikTok yang terus berkembang, aplikasi ini semakin menarik perhatian para konten kreator di seluruh dunia. TikTok mengandalkan video yang menampilkan *trend* terkini. Bahkan para konten kreator di haruskan untuk menemukan momen yang tepat dalam memasarkan dan memperkenalkan produk atau jasanya mereka kepada konsumen. Adanya hal tersebut menjadi nilai tambahan sendiri bagi konsumen dalam menemukan rekomendasi suatu tempat yang menarik dan. Selain tempat hiburan, tempat makan, tempat penginapan maupun tempat foto studio untuk mengabadikan moment yang berharga (Awanda Harahap & Sajali, 2024).

Perkembangan industri studio foto sangat cepat berkembang dan menjadi salah satu industri yang bersaing ketat di Indonesia. Beragam konsep yang diciptakan mengikuti perkembangan *trend* agar menarik peminat. Tersebarnya budaya korea di Indonesia, turut mempengaruhi gaya hidup yang ada di masyarakat. Tidak hanya fashion, musik, ataupun kuliner, kini *tren* foto ala Negeri Korea yang sangat digemari kaum kalangan muda, yaitu dikenal dengan nama *self photo* studio (Yuniar, n.d.).

Di Korea Selatan *self photo* studio pertama kali menjadi *tren*. Artis seperti Son Na-Eun, Sojin, Gilr Band Girls Day, Oh Yeon-Seo Dan Jung Chae-Yeon beberapa kali menggunakannya di Korea Selatan, *hashtag self photo*

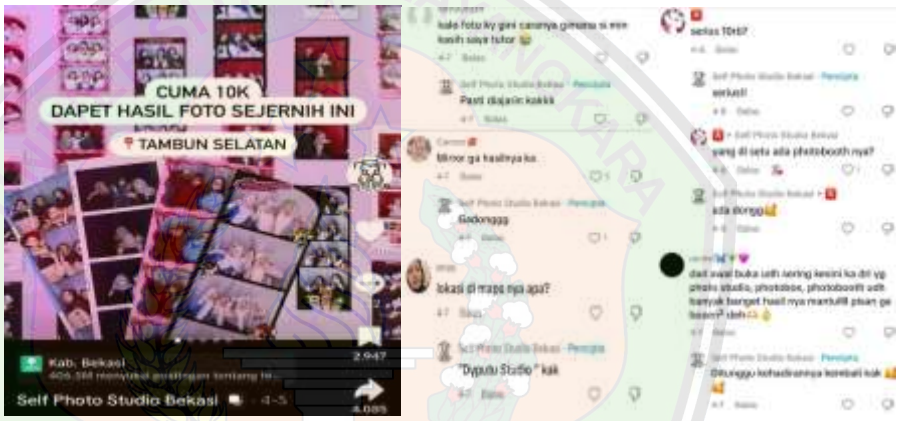
studio mencapai 120.000 pencapaian, menunjukan bahwa peminat *self photo* studio semakin meningkat. Dengan munculnya *tren* Korea Selatan, budaya Korea Selatan berdampak pada orang Indonesia, terutama remaja. Hal ini menyebabkan Masyarakat sangat dekat dengan kebanyakan gaya hidup Korea Selatan (Meivanda & Zuhri, 2024).

Self photo studio hadir untuk memberikan kebebasan berekpresi di ruang studio pribadi yang di rancang khusus. Konsep fotonya yang unik dalam mengambil foto sendiri tanpa memerlukan fotografer, dan konsumen diberikan tombol *shutter* yang terhubung langsung ke kamera digitalnya. Konsumen dapat bebas berekspresi dan mengambil foto dengan menekan tombol kamera dalam jangka waktu tertentu. Terdapat layar monitor yang membantu pengguna melihat tampilan gaya dan pose mereka secara langsung sebelum mengambil gambar, sehingga konsumen dapat menyempurnakan penampilannya masing-masing.

Inovasi baru membuat lebih mudah, tetapi ada saat- saat di mana kehadiran fotografer atau asisten di dalam ruangan dapat membuat beberapa orang canggung atau tidak nyaman. Beberapa orang mungkin mengalami kesulitan untuk berbicara secara bebas, merasa terbatas dalam hal gaya atau bahkan merasa malu ketika berhadapan dengan orang asing. Konsep *self photo* studio ini memungkinkan orang mengambil foto sendiri tanpa campur tangan orang lain di dalam ruangan dan menciptakan suasana yang lebih nyaman.

Self photo studio tidak hanya berfungsi sebagai media untuk menangkap *moment*, tetapi juga sebagai wadah bagi orang-orang untuk menyampaikan cerita, perasaan, dan kepribadian mereka dalam bentuk visual yang tidak hanya indah, tetapi juga bermakna. Hal ini menjadikan foto studio sebagai salah satu cara yang efektif dan berkesan untuk merayakan kebersamaan serta mengabadikan momen-momen berharga dalam kehidupan.

Banyaknya pelaku usaha lainnya yang sudah menerapkan konsep *self photo studio*. Oleh karna itu, diperlukan strategi yang menarik agar konsumen mengetahui jasa dyputu studio dan tertarik mencobanya. Salah satunya dengan cara promosi dengan memanfaatkan teknologi media sosial agar dikenal luas masyarakat. Dyputu studio lebih memfokuskan promosinya melalui media sosial TikTok. Dyputu studio aktif mempromosikan hasil foto dan video mereka melalui akun TikTok dan juga menginformasikan melalui video di akun dyputu studio



Gambar 1. 2 Akun Tiktok Dyputu Studio

Sumber data: TikTok Dyputu Studio

Berdasarkan hasil foto di atas konten TikTok @Dyputustudio yang mempromosikan layanan jasa mereka yaitu *self photo studio*. Konten yang diunggah oleh @Dyputustudio terlihat banyaknya (*like, comment, share)* dan banyaknya interaksi audiens yang tertarik dengan konsep *self photo* studio tersebut. Terdapat banyaknya komentar dan testimoni konsumen yang menggunakan layanan jasa dyputu studio, di *postingan* akun @Dyputustudio tersebut ditulis oleh berbagai kalangan usia yang tertarik dan penasaran dengan konsep *self photo* studio dan ingin mencobanya.

Konsep *self photo* studio yang terdapat pada dyputustudio. Dyputustudio mengadakan konsep yang berbeda dengan yang lainnya, seperti, Photo Studio, Wide Photobox, Photobooth, Wedingg, Lamaran, preweding. Fasilitas tersebut menarik perhatian generasi-generasi muda untuk mencoba *self photo* studio di dyputustudio. Terkait harga, *self photo* dyputustudio menawarkan berbagai macam harga mulai dari 35.000 dengan durasi sesi foto selama 15 menit untuk 2 orang dan sudah mendapatkan semua file foto dan foto berwarna. 85.000 dengan durasi sesi foto selama 25 menit dan 2 orang mendapatkan semua file foto, foto berwarna dan 2 cetak foto 3R.

TikTok dyputu studio memiliki 15.000 pengikut Akun TikTok, dyputu studio sebenarnya memiliki akun media sosial lainnya seperti Instagram. Dyputu studio juga memanfaatkan TikTok lebih jauh lagi untuk membuat konten, atau cerita dan *postingan*, melalui fitur TikTok. Hal ini terlihat dari jumlah *like* pada postingan konten yang dibuat. Dalam hal pembuatan konten, TikTok merupakan media yang paling sederhana dan mudah diantara jenis media lainnya karena tidak memerlukan biaya yang besar.

Akun TikTok @Dyputustudio sekarang digemari oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia, membuatnya menjadi sarana utama dyputu studio untuk mempromosikan produk atau jasa mereka yaitu *self photo studio*. Karena itu, fungsinya sebagai media untuk promosi produk atau jasa dyputustudio sangat bermanfaat bagi kreator dan pengguna konten. Strategi untuk mempromosikan akun dyputu studio ini digunakan secara teratur, bahkan akun ini mengunggah video di aplikasi TikTok setiap hari. Beberapa video tersebut memilki banyak konten *fyp* atau viral, yang dapat meningkatkan pemahaman tentang akun dyputu studio. Peningkatan jumlah pengikut dan konsumen dyputu studio sangat dipengaruhi oleh konten *fyp* yang berhasil.



Gambar 1. 3 Akun Tiktok Dyputu Studio (Studio, 2023)

Sumber data: TikTok Dyputu Studio

Banyaknya jumlah pesaing studio foto yang ada di Bekasi, termasuk Dyputu Studio yang ada di Jl. Bougenville Raya Jl. Melati Raya No.9 blok ED3, Sumberjaya, Kec. Tambun Sel., Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Melihat banyaknya peminat media sosial di akun TikTok @Dyputustudio, di mana semua video dan foto yang ada di TikTok merupakan pelanggan dari dyputu studio dan juga perkembangan bisnisnya yang cukup pesat. Berdasarkan permasalahan di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Pemanfaatan TikTok oleh @Dyputustudio Sebagai Promosi *Self photo* Studio dalam Membangun Interaksi dengan Konsumen".

1.2 Fokus Penelitian

TikTok sebagai wadah untuk promosi *Self photo* Studio Dyputu Studio di Bekasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana pemilik akun @dyputustudio memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media promosi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan di atas tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pemanfaatan TikTok sebagai media promosi *self photo* studio Bekasi Pada Akun @dyputustudio.

1.5 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini akan memiliki manfaat teoritis dan praktis. Ada dua keuntungan dari penelitian ini:

1. Manfaat teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran digital dengan fokus pada pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan interaksi dengan konsumen

2. Manfaat Praktis

   Hasil Penelitian ini dapat menjadi acuan atau referensi bagi pelaku usaha, khususnya di bidang industri kreatif seperti *self photo studio*, dalam menyusun strategi promosi digital yang efektif dan membangun komunikasi lebih interaktif dengan audiens dan konsumen melalui media sosial seperti TikTok