

Strategi Promosi Penggunaan Media Sosial Tiktok Dalam Penjualan Batu Permata pada Akun (@griyapermata668)

Oleh:

Muhammad Fahrus Firmansyah Putra

Poppy Febriana

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2023

Pendahuluan

Promosi merupakan kegiatan perusahaan untuk membujuk masyarakat dan meyakinkan kualitas produknya kepada sasaran pasar [O. Nat, 2021]. Promosi adalah langkah awal dalam mengenalkan produk kepada konsumen. Perusahaan harus mempunyai strategi promosi sebelum mempromosikan produknya agar dapat menjamin bahwa produknya mempunyai keunggulan bersaing dipasaran [H. Nufus and T. Handayani, 2022].

Salah satu sarana promosi online dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial Tiktok. Tiktok hadir sebagai inovasi dalam jejaring sosial berbasis video. Media sosial Tiktok berkembang pesat di Indonesia pada tahun 2020. Kemunculan Tiktok seakan menjadi budaya baru untuk masyarakat Indonesia.

Pendahuluan

Peningkatan pengguna media sosial tiktok di Indonesia memiliki berbagai manfaat salah satunya bagi pebisnis guna membangun dan mengembangkan brand suatu bisnis [D. Untari and D. E. Fajariana, 2018].

Seperti pada akun tiktok @griyapermata668 yang menggunakan Tiktok sebagai media promosi guna mengembangkan pasarnya dalam penjualan batu permata.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Bagaimana Media Sosial Tiktok dimanfaatkan dalam mempromosikan produk dari @griyapermta668?

Metode

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik penelitian menggunakan wawancara dan observasi. Lokasi penelitian berada di Permata Sidoarjo Regency Cluster Lazuli, Tanggulangin Sidoarjo. Dengan menggunakan dua informan yaitu owner dan karyawan dari @griyapermata668. Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi promosi yang memanfaatkan media sosial tiktok yang dilakukan oleh akun @griyapermata668.

Hasil

Strategi promosi yang dilakukan oleh @griyapermata668

1. *Live Sale*
2. Rutin mengunggah video
3. Menggunakan fitur promosi berbayar
4. Aktif berinteraksi dengan konsumen
5. Menggunakan fitur keranjang kuning

Pembahasan

1. Live sale merupakan kegiatan jual beli langsung secara online melalui fitur live pada Tiktok
2. Pengunggahan video secara rutin digunakan untuk menarik minat calon pembeli
3. Menggunakan fitur promosi berbayar guna menaikkan viewers serta follower dan memaksimalkan penjualan
4. Aktif berinteraksi dengan konsumen berguna dalam membangun kepercayaan pelanggan
5. Fitur keranjang kuning digunakan sebagai alat bantu konsumen dalam memilih produk yang tersedia

Temuan Penting Penelitian

1. Pemahaman mengenai suatu media sangat berguna dalam memaksimalkan tujuan kenapa kita menggunakan media tersebut.
2. Owner @griyapermata menerapkan kedisiplinan dalam memaksimalkan fitur-fitur (Live Sale, Keranjang Kuning, dll) yang ada pada media sosial Tiktok untuk memaksimalkan hasil yang mereka dapat.

Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi pembaca atau penelitian lainnya
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat demi kemajuan @griyapermata668 di masa yang akan datang

Referensi

- P. Febriana, “Buku Ajar Cyber Public Relation,” *Buku Ajar Cyber Public Relat.*, 2018, doi: 10.21070/2018/978-602-5914-23-2.
- O. Nata, “Strategi Promosi Pt. Atina Rahmataka Wisata Cabang Bengkulu Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah,” pp. 1–103, 2021.
- H. Nufus and T. Handayani, “Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store),” vol. 6, no. 1, pp. 21–34, 2022.
- D. Untari and D. E. Fajariana, “Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik),” *Widya Cipta*, vol. 2, no. 2, pp. 271–278, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>.

