

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Maraknya usaha di bidang *fashion* di kota Bandung membuat persaingan dibidang ini pun semakin ketat yang dimana para perusahaan berlomba – lomba dalam mempromosikan produknya masing – masing dengan kreativitas yang mereka miliki. Begitu pula *WTFStores* yang tak mau ketinggalan dalam meramaikan pasar *fashion* dan ikut bersaing ketat dengan perusahaan – perusahaan lainnya dalam menawarkan produk – produknya.

*WTFStores* berdiri sejak tahun 2018, merupakan usaha kecil – kecilan yang pada awal berdirinya merupakan usaha di bidang *dropshipping*. Singkatnya pelaku usaha *dropshipping* atau *dropshipper* adalah pelaku usaha yang hanya mengandalkan metode pemasaran tanpa modal sama sekali dan hanya mempromosikan barang saja tanpa harus memproduksinya, seiring berjalannya waktu *WTFStores* berkembang pesat hingga pada akhirnya *WTFStores* berhenti untuk menjadi *dropshipper* dan memfokuskan untuk terjun di bidang penjualan baju bekas import atau istilah populer yang sering anak muda sekarang gunakan yaitu *Thrift Shop*.

*Thrift Shop* sendiri merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris, untuk kata “*Thrift*” yang memiliki arti sebuah kegiatan yang meminimalisir atau mengurangi pemborosan atau yang singkatnya disebut penghematan keuangan, sedangkan untuk “*Shop*” merupakan kegiatan membeli barang. Singkatnya *Thrift*

*Shop* merupakan toko atau penjual yang khusus menjual pakaian bekas yang dimana pakaian tersebut bersifat *secondhand*, dengan kata lain sudah pernah dipakai sebelumnya namun didalamnya banyak juga pakaian bekas yang bermerk dan masih sangat bagus untuk dipakai, biasanya barang yang ada pada *Thrift Shop* ini diimpor dari luar negeri.

Pesatnya perkembangan media sosial memberikan kontribusi yang cukup besar pemasaran khususnya dalam hal promosi. TikTok merupakan salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat baik itu remaja maupun orang dewasa, terbukti TikTok berada pada urutan ke – 3 sebagai aplikasi paling populer di Play Store. Sebagai media sosial yang populer TikTok menjadi salah satu opsi untuk memaksimalkan penjualan, dengan segala macam fiturnya TikTok merupakan media sosial sebagai alat promosi yang sangat berkembang, hal tersebut pula yang menjadi salah satu cara promosi yang efektif untuk saat ini. TikTok memanfaatkan popularitas, jumlah pengguna dan algoritmanya yang unik untuk menarik pembuat produk atau penjual untuk memasarkan dan mempromosikan produknya melalui jejaring media sosial ini.

Penjualan melalui media sosial TikTok membutuhkan berbagai cara promosi agar produk yang akan dipasarkan terlihat lebih menarik dan pada akhirnya produk yang akan dipasarkan terjual. Melalui media sosial TikTok ini *WTFStores* harus melakukan berbagai cara dalam melakukan promosi dengan memanfaatkan media sosial TikTok itu sendiri agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Dengan membuat konten di media sosial TikTok menjadi salah satu cara agar produk *WTFStores* ini dapat menarik perhatian orang banyak, dengan begitu semakin banyak orang yang melihat semakin besar pula dapat menarik konsumen, dengan begitu omzet penjualan dan popularitas *WTFStores* akan semakin meningkat. Meski *WTFStores* sudah memiliki pelanggan yang cukup banyak, konsumen dapat membeli produk dengan datang secara langsung ke offline storenya yang terletak di Jl. Bumi Harapan Permata No.28. Tak lantas *WTFStores* tetap melakukan penjualan secara online seperti di TikTok, *Line*, dan *Whatsapp*.

Sebelumnya *WTFStores* sendiri sempat berjualan menggunakan platform lain sebelum menggunakan TikTok yaitu menggunakan media sosial Insagram. Namun setelah fokus berjualan di TikTok pemilik dari *WTFStores* lebih menyadari bahwa penjualan di TikTok lebih memberikan dampak yang sangat signifikan bahkan mempunyai jangkauan audiense yang lebih menjanjikan daripada Instagram.

### 1.1.1 Gambar *Insight* *WTFStores* di TikTok



Maka dari itu promosi melalui media sosial TikTok sangat efektif untuk saat ini karena masyarakat khususnya anak muda pada saat ini lebih sering menggunakan media sosial TikTok daripada media konvensional. Berbagai strategi

yang dilakukan *WTFStores* dalam melakukan promosi ini pun beragam, dari membuat konten berupa video dan mengupload nya secara konsisten dan menjual produknya secara live di media sosial TikTok, selain tampilan konten yang konsisten *WTFStore* pun memasuki unsur edukasi dalam kontennya mengenai berbelanja di Thrift Shop dapat menghemat pengeluaran masyarakat dalam bidang fashion, *WTFStores* pun selalu mengupload video yang berisikan tentang produknya serta informasi mengenai diskon di hari – hari tertentu dengan mengupload konten semenarik mungkin agar konsumen semakin tertarik. Selain itu isi pesan melalui promosi yang sangat menarik dapat meningkatkan minat konsumen dalam penjualan.

Promosi yang dilakukan oleh perusahaan memiliki ciri khasnya masing – masing dengan keunikan dan kreativitas yang berbeda – beda namun tetap pada satu tujuan yaitu agar meningkatkan citra perusahaan. Dengan adanya promosi yang sudah direncanakan dan dilakukan dengan tujuan meningkatkan penjualan dan minat para konsumen dapat menaikkan omzet serta popularitas dari *WTFStores* itu sendiri. Strategi yang sudah dibuat oleh *WTFStores* ini tak lepas atas suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan serta dilakukan untuk suatu tujuan yang sama yaitu dapat menghasilkan suatu kepuasan bersama.

Yang menarik mengapa *WTFStores* lebih memilih mempromosikan produknya melalui media sosial TikTok ketimbang media sosial lain adalah karena TikTok memiliki algoritma yang unik, dimana masyarakat pengguna media sosial TikTok disajikan berbagai konten namun sesuai minat pengguna tanpa harus mengikuti akun tersebut yang dimana pengguna melihat kontennya terlebih dahulu

jika tertarik maka pengguna akan mengikuti akun tersebut, salah satu hal yang mempengaruhi akan banyak atau tidaknya pengguna yang melihat konten *WTFStores* adalah kualitas konten, semakin bagus konten yang dibuat akan semakin banyak pula pengguna yang akan melihat konten tersebut, begitupun sebaliknya, hal ini membuat *WTFStores* lebih kreatif dalam membuat konten untuk promosinya, begitu pula pada fitur live nya yang memiliki sistem yang sama. Penggunaan media sosial TikTok sebagai strategi komunikasi pemasaran, merupakan pilihan yang tepat bagi para pelaku usaha dijamin sekarang ini, pasalnya media sosial TikTok sendiri memiliki fitur-fitur yang dapat mendukung kegiatan berbisnis.

Perkembangan internet pada saat ini dalam mewujudkan strategi promosi melalui media sosial TikTok dapat dilakukan dengan cepat, tepat dan mendapatkan hasil yang memuaskan dan tidak perlu memerlukan biaya yang besar

Mendukung segala hal yang dilakukan perusahaan terutama dalam menjalankan strategi promosi melalui media sosial TikTok merupakan suatu keharusan karena akan berdampak pada sukses atau tidaknya perusahaan tersebut apalagi dalam keadaan sekarang dimana kecepatan informasinya berjalan sangat cepat. Maka dari itu banyak perusahaan yang berusaha keras menyusun strategi untuk tetap bertahan di dunia bisnis. Oleh karena itu diperlukan strategi promosi yang efektif berdasarkan pada suatu penyampaian pesan yang tepat sehingga perusahaan dapat bertahan dan tidak ditinggalkan oleh konsumennya, begitu pula dengan *WTFStores* yang terus berinovasi dan memiliki strategi promosi dalam meningkatkan minat konsumen dan meningkatkan penjualan *WTFStores*.

Masyarakat adalah sekelompok yang langsung atau secara potensi berkepentingan dalam proses yang berdampak pada kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan. *Public Relation*, mencakup berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan produk – produk.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, banyak memberikan inspirasi dan peneliti tertarik melakukan penelitian berjudul “**STRATEGI PROMOSI BRAND WTFSTORE MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**”.

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas maka yang menjadi fokus penelitian ini adalah “**STRATEGI PROMOSI BRAND WTFSTORES MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**”.

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti akan menyusun pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana *advertising* yang dilakukan oleh *WTFStores*?
2. Bagaimana *sales promotion* yang ditawarkan *WTFStores*?
3. Bagaimana *publicity* di *WTFStores*?
4. Bagaimana *personal selling* yang dilakukan oleh *WTFStores* melalui media sosial TikTok?

5. Bagaimana *direct marketing* yang dilakukan oleh *WTFStores* melalui media sosial TikTok?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka peneliti mempunyai tujuan yang ingin dicapai yaitu :

1. Untuk mengetahui *advertising* yang dilakukan oleh *WTFStores*
2. Untuk mengetahui *sales promotion* di *WTFStores*
3. Untuk mengetahui *publicity* di *WTFStores*
4. Untuk mengetahui *personal selling* yang dilakukan oleh *WTFStores* melalui media sosial TikTok
5. Untuk mengetahui *direct marketing* yang dilakukan oleh *WTFStores* melalui media sosial TikTok.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu yang berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan praktis, kegunaan akademik dan kegunaan teoritis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1. Kegunaan Praktis

Bagi peneliti hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam bidang public relation terutama mengenai promosi pada brand WTFStores melalui media sosial TikTok. Lalu peneliti juga ingin mengetahui bagaimana cara promosi yang efektif jika menggunakan media sosial khususnya TikTok.

## 2. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian mengenai strategi promosi pada brand WTFStores ini diharapkan bagi perguruan tinggi dapat menjadi dokumen dan dapat dijadikan acuan bagi aktivis akademis terutama dalam penulisan penelitian yang mengambil studi kualitatif strategi promosi.

## 3. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah pengetahuan dan pengalaman, serta menambah wawasan tentang aplikasi teori-teori dalam komunikasi yang peneliti dapat selama kuliah khususnya dalam meneliti tentang strategi promosi.