

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tembok Creative adalah media agency yang bergerak dibidang jasa Digital Multimedia, dengan bentuk menyediakan jasa kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan Digital mereka. Pasar kami yaitu bentuk Lembaga atau perusahaan apa saja namun lebih mengedapankan UMKM dikarenakan UMKM sangat berdampak besar apabila melibatkan penjualan mereka melalui dunia Digital atau platform yang digunakan di Sosial Media, Tembok Creative pun menjadi wadah bagi pekerja lepas yang ingin menyalurkan softkill mereka agar tersalurkan dengan baik.

Peningkatan terhadap media sosial salah satunya adalah Tiktok, pengguna Tiktok di Indonesia sebesar 99,1 juta orang. [1] Tiktok Tembok Creative baru berdiri di bulan Februari 2022. Dikarenakan saat ini Tiktok sedang banyak diminati dan digunakan, penulis menggunakan sosial media Tiktok untuk tujuan mendapatkan insight dan followers dalam akun Tiktok Tembok Creative.

Adapun cara yang diterapkan pada penelitian ini dalam meningkatkan followers dan insight adalah dengan cara membuat konten-konten yang memiliki konsep pada setiap videonya untuk membranding Tembok Creative.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini, bagaimana cara mendapatkan jumlah followers dan insight pada akun Tiktok Tembok Creative.

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dan manfaat dari Tembok Creative ini untuk mendapatkan dan menaikkan followers, insight yang tinggi dari akun Tiktok Tembok Creative.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan dilakukan yaitu Membuat konten-konten di Tiktok Tembok Creative.

1.5 Definisi Operasional

Untuk menghindari berbagai penafsiran yang berbeda terhadap definisi yang digunakan dalam Proyek akhir ini maka penulis memberikan penjelasan mengenai definisi operasional dari variable-variabel yang digunakan :

1. Awareness

Kesadaran merek adalah kemampuan dari seseorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat suatu merek yang merupakan bagian suatu kategori produk. [2]

2. Media

Media Media pembelajaran merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan pengirim kepada penerima, sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian, dan minat peserta didik untuk belajar. Senada dengan apa yang dikatakan [3]

3. Promosi

Promosi adalah serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, juga mengikat pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. [4]

4. Tiktok

Merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik yang banyak dibuat oleh setiap orang.

5. Strategi

Strategi Berdasarkan berbagai definisi tentang strategi yang dikemukakan oleh para ahli maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah rumusan perencanaan untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui pengintegrasian keunggulan dan alokasi sumber daya yang ada di perusahaan. [5]

1.6 Metode dan Jadwal Pengerjaan

Pada penelitian ini adalah penulis menggunakan Design Thinking sebagai solusi terbaik dan tepat sasaran supaya kebutuhan bisnis serta pelanggan terpenuhi. Tujuan utama dalam penelitian ini adalah mengimplementasikan Design Thinking dalam membangun model bisnis yang inovatif, design thinking memiliki lima tahapan, namun pada penelitian ini penulis membatasi hanya tiga yaitu Emphatize, Define, Ideate, Prototype dan Test.

Tabel 1-1 Metode Design Thingking

No	Metode Design Thingking	Penjelasan	Jadwal
1.	Emphatize	Proses observe meneliti tentang analisis content marketing dan strategi konten yang sesuai pasaran Tiktok.	Bulan Juli 2022- Agustus 2022
2.	Define	Menggunakan 4W1H yaitu Where When, What, How.	Bulan Agustus 2022

3.	Ideate	Memfokuskan ide-ide baru yang akan dibuat konten video jasa dengan konsep ide promosi dengan menggunakan Unique Selling Proposition dan membuat konten yang sedang trend music atau isi dalam video tersebut.	Bulan Agustus 2022 – September 2022
4.	Prototype	Mengimplementasikan dalam sebuah konsep video yang akan dibuat tentang informasi jasa dan interaksi kepada audience	Bulan September 2022-November 2022
5.	Test	Tahap ini hasil dari video dalam akun Tiktok Tembok Creative yang akan lihat oleh para audience, uji kelayakan dan pengecekan bahwa video tersebut mampu menaikkan insight dan followers sesuai dengan tujuan.	Bulan November 2022-Desember 2022