

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Banyak pengusaha yang menggunakan strategi digital marketing untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa digital marketing tidak ada batasan karena menggunakan perangkat apapun seperti *handphone*, tablet, laptop, televisi, *backdrop*, dan bisa melalui media sosial, video, *email*, dan masih banyak lagi.

*Digital marketing* sendiri adalah kegiatan promosi melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti media sosial. Dunia maya sekarang tidak hanya menghubungkan orang dengan perangkat, tetapi juga orang dengan orang lain di seluruh dunia. *Digital marketing* biasanya terdiri dari pemasaran interaktif memudahkan interaksi. *Digital marketing* memudahkan pengusaha untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen.

*Digital marketing* atau bisa disebut pemasaran digital adalah suatu usaha atau metode untuk memasarkan sebuah merek atau produk dengan menggunakan media pendukung dalam bentuk digital (Musnaini et al., 2020).

Di era perkembangan ini seiring dengan semakin canggihnya teknologi dunia bisnis juga semakin berkembang dalam media pemasarannya. Banyak pengusaha-pengusaha yang menggunakan *platform Tiktok, WhatsApp, Instagram, Facebook*, dan lain-lain sebagai media

pemasarannya. Tidak sedikit juga pengusaha yang menggunakan media bisnis seperti *Tokopedia*, *Shopee*, dan lain-lain.

Perusahaan Peduly.com merupakan salah satu platform yang juga menggunakan digital marketing yang bertujuan agar jasa yang ditawarkan dapat dikenal oleh masyarakat. Peduly.com merupakan platform untuk menggalang dana dan berdonasi secara online. Melalui *digital marketing*, peduly.com tidak berfokus untuk memasarkan jasa secara *hard selling* tetapi secara *soft selling*, salah satu media sosial yang digunakan untuk memasarkan peduly.com adalah *Tiktok*. Melalui Tiktok, peduly.com memberikan konten yang berisi memperkenalkan Peduly.com, pengetahuan umum untuk masyarakat, dan konten lainnya yang menarik untuk dilihat masyarakat.

Penulis akan menjelaskan tentang proses pembuatan konten tiktok @pedulyid. Di Peduly.com sendiri terdapat beberapa divisi, salah satunya divisi *digital marketing*, dengan posisi *Tiktok Content Creator*. Tugas dari *Tiktok Content Creator* sendiri adalah mengembangkan, merancang dan membuat ide konten. Selain itu juga menganalisis algoritma tiktok dan menjadi talent. Peduly.com cukup aktif dalam melakukan aktivitas digital marketing melalui media sosial, seperti di tiktok @pedulyid. Media sosial yang digunakan Peduly.com tidak hanya tiktok, tetapi juga ada *instagram* dan *website*.

Konten yang dibuat oleh Peduly.com memiliki tema seputar *fundraising* dan berbuat kebaikan dengan sesama yang membutuhkan.

Tujuan dari konten-konten ini adalah memperkenalkan jasa Peduly.com dan kemudian secara implisit dalam konten tersebut akan diberikan sedikit informasi tentang Peduly.com.

## **I.2 Bidang Kerja Praktik**

Penulis sebagai *Tiktok Content Creator* dalam divisi *Digital Marketing* di perusahaan Peduly.com.

## **I.3 Tujuan Kerja Praktik**

Tujuan dari kerja praktik ini adalah untuk mengetahui, menerapkan, mengelola dan mengembangkan konten tiktok dalam akun Peduly.com

## **I.4 Manfaat Kerja Praktik**

### **I.4.1 Manfaat Kerja Praktik bagi Mahasiswa**

- a. Sebagai sarana pengenalan dan pelatihan dalam dunia kerja terutama dalam bidang *content creator*
- b. Memberikan adanya rasa tanggung jawab dan disiplin dalam persiapan memasuki dunia kerja
- c. Menjadikan perusahaan tempat kerja praktik sebagai objek penelitian untuk tugas akhir, sehingga tugas akhir yang dibuat benar mencerminkan permasalahan yang terjadi.

### **I.4.2 Manfaat Kerja Praktik bagi Fakultas Ilmu Komunikasi**

- a. Menjalin hubungan yang baik diantara Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan Perusahaan Peduly.com

- b. Fakultas Ilmu Komunikasi dapat meningkatkan kualitas dari mahasiswa melalui pengalaman kerja praktik

#### **I.4.3 Manfaat Kerja Praktik bagi Perusahaan Peduly.com**

- a. Memberikan ide inovatif dari mahasiswa yang melakukan kerja praktik
- b. Mendapatkan bantuan tenaga kerja dari mahasiswa yang melakukan kerja praktik
- c. Adanya hubungan baik antara Fakultas Ilmu Komunikasi dengan perusahaan Peduly.com, sehingga perusahaan lebih dikenal dalam dunia pendidikan

### **I.5 Tinjauan Pustaka**

#### **I.5.1 Content Creator**

Seorang *content creator* merupakan individu atau pihak yang memiliki tanggung jawab atas keseluruhan informasi yang dimuat dalam media, khususnya *media digital*, dan biasanya memiliki target audiens tertentu.

*Content creator* merupakan *brand* yang menyebarkan data yang ditransformasikan kedalam suatu foto, video, serta tulisan yang dapat disebut sebagai konten. Aktivitas dari *content creator* yaitu mengumpulkan ide, data, serta melakukan riset dan membuat konsep untuk menghasilkan sebuah konten (Mutia Maeskina & Hidayat, n.d.-a). Sebuah produk atau jasa membutuhkan *marketing*

untuk mengenalkan produknya pada masyarakat luas, hal ini dilakukan oleh *content creator* (Hermawan, 2021).

Aktivitas dari *content creator* yaitu (1) mengumpulkan sebuah ide, data, (2) melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten. Membuat suatu konten yang sesuai dengan kepribadian, identitas, dan *branding* yang diinginkan, (3) melakukan riset dengan mengumpulkan ide atau data dapat membuahkan sebuah konsep yang dapat menghasilkan sebuah konten untuk dinikmati khalayak umum. Dalam hal ini, memenuhi sebuah tuntunan yang telah disepakati dari sebuah konten, dengan tujuan promosi, edukasi, menghibur, atau memberikan sebuah informasi. Dengan maksud menyesuaikan konten dengan sebuah *platform*, sehingga dalam *content creator* dapat menghasilkan suatu karya untuk *multi-platform*, dan mengevaluasi konten yang telah ditayangkan.

Seorang *content creator* berkewajiban memiliki suatu pengetahuan tentang teknologi informasi yang berkaitan dengan media, teknik media produksi, peralatan, teknik penyebaran, memiliki kemampuan berbahasa Inggris yang dapat dipahami banyak orang.

*Content creator* membangun hubungan secara virtual melalui konten-konten yang diunggah di media *short video*. Hubungan virtual merupakan hubungan yang terjalin antara dua

belah pihak maupun lebih melalui media komunikasi. Membangun hubungan secara virtual dengan *audience* melalui konten yang diunggah ini menjadi tanggung jawab *content creator*, karena harus bertanggung jawab pada setiap informasi yang dipublikasikan ke masyarakat. Maka dari itu *content creator* harus menyikapi di era digitalisasi ini agar dapat memilah konten-konten yang positif. Dalam membuat konten ini menjadi suatu kebiasaan dan keharusan dari *content creator*. *Content creator* diwajibkan untuk dapat beradaptasi dengan budaya berdigital yang baik dan positif. (Mutia Maeskina & Hidayat, n.d.-b)

Konten video merupakan sebuah strategi pemasaran yang menggunakan video sebagai format kontennya. Seperti halnya, *Content creator*, menyajikan video yang berisi tips and trik, informasi, pemasaran suatu produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan (Aziz, 2020).

*Content creator* kini tidak hanya sebagai kegiatan atau hobi seseorang dalam membuat konten tetapi menjadi sebuah profesi yang diminati oleh generasi Z, dimana mereka menganggap bahwa melalui konten mereka dapat menyalurkan apa yang mereka mau dan dapat menampilkan diri mereka apa adanya (Kussanti et al., n.d.). Pada saat ini *content creator* menjadi profesi baru untuk membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, suara, video,

maupun gabungan dari dua atau lebih materi (Mutia Maeskina & Hidayat, n.d.-b).

### **I.5.2 Tiktok**

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya.

Konsep dari aplikasi TikTok ini adalah aplikasi yang dapat membuat video-video pendek mulai dari merekam, mengedit, dan mengunggahnya. Video yang dibuat dapat berupa video kreatif atau bahkan video yang merekam momen-momen lainnya yang akhirnya hal ini membuat siapa saja bisa menjadi *creator* dan penggunaannya yang sederhana dan mudah dipahami.

TikTok dilengkapi fitur latar belakang musik dari berbagai artis terkenal dan berbagai genre musik dari berbagai penjuru dunia dan dapat digunakan secara gratis dalam video yang akan diunggah. Selain itu terdapat fitur wajah yang dapat mengubah tampilan wajah penggunanya, mulai dari wajah lucu, marah, sedih, dan lain sebagainya. Pengguna tiktok tidak hanya melihat konten-konten dari orang-orang yang mereka kenal atau mereka ikuti tetapi pengguna dapat menelusuri video-video lainnya yang disarankan melalui algoritma TikTok yang disebut *for your page*.

Pada awal aplikasi TikTok diluncurkan sampai sekarang, aplikasi ini sangat dikenal oleh masyarakat terutama anak-anak milenial, anak-anak usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z.

Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang memperbolehkan para penggunanya membuat video musik pendek. Aplikasi ini diluncurkan pada bulan September 2016 yang dikembangkan oleh *developer* asal Tiongkok. Byte Dance Inc, mengembangkan bisnisnya ke Indonesia dengan meluncurkan aplikasi video musik dan jejaring sosial bernama TikTok.

Aplikasi ini pernah diblokir pada 3 Juli 2018. Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli 2018, laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan (Rahajeng, 2022)