

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Penerapan promosi media sosial TikTok Waroeng Raja

Seafood

Pemasaran adalah sebuah proses manajerial yang mengakibatkan individu atau kelompok yang ingin mendapatkan apa yang dibutuhkan atau diinginkan, yaitu dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang mempunyai nilai kepada pihak lain (Syahputra, 2023).

Waroeng Raja Seafood masih kurang dalam melakukan penerapan media sosial TikTok, maka dilakukan penerapan promosi media sosial TikTok selama periode magang pada tanggal 12 Januari–12 Februari 2025. Penerapan promosi media sosial TikTok dilakukan melalui berbagai tahapan, yaitu:

1. Membuat Perencanaan dan Riset Konten

Tahap awal dilakukan riset konten untuk mengetahui tren yang sedang viral di TikTok, termasuk jenis musik, gaya video, serta *hashtag* populer. Selain itu, dilakukan juga observasi terhadap akun TikTok milik usaha sejenis yang telah berhasil mendapatkan banyak *followers* sebagai referensi. Riset ini menjadi dasar untuk merancang konten yang sesuai dengan karakteristik audiens TikTok.

2. Pembuatan konten yang kreatif

Konten dibuat dengan mengangkat tema seputar menu andalan, proses memasak, suasana warung, serta promosi harga. Penggunaan musik dan *filter* yang sedang tren juga disisipkan untuk meningkatkan daya tarik

visual. Konten dibuat dalam durasi pendek (15–60 detik) agar sesuai dengan karakteristik video TikTok.

3. Mengunggah video konsisten (Dijadwalkan)

Agar akun TikTok Waroeng Raja Seafood lebih aktif dapat memaksimalkan jangkauan konten, dilakukan penjadwalan unggahan secara konsisten minimal satu video per hari. Video diunggah pada jam-jam strategis seperti pukul 11.00–13.00 dan 19.00–21.00, waktu di mana pengguna TikTok paling aktif.

4. Pengelolaan Interaksi dan Komentar

Dalam rangka membangun *engagement*, penulis secara aktif membalas komentar yang masuk, mengajak penonton berdiskusi di kolom komentar, serta memberikan respon yang cepat terhadap pertanyaan dan kritik. Strategi ini terbukti efektif meningkatkan kepercayaan dan kedekatan dengan calon pelanggan.

5. Analisis dan Evaluasi Kinerja Konten

Setiap konten yang diunggah dianalisis melalui fitur statistik TikTok, seperti jumlah *views*, *likes*, *share*, dan komentar. Dari hasil analisis, konten yang mendapatkan respon tinggi dipertahankan dan dikembangkan, sedangkan konten dengan performa rendah dievaluasi dan diperbaiki. Berikut akun TikTok Waroeng Raja Seafood sebelum dan setelah masa periode magang:



Gambar 4. 1 Akun Tiktok Sebelum Magang



Gambar 4. 2 Akun Tiktok Setelah Magang

4.2 Permasalahan Promosi Media Sosial TikTok Waroeng Raja Seafood

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Purbohastuti, 2017).

Waroeng Raja Seafood merupakan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang tengah berkembang dan baru membuka cabang baru. Dalam era digital saat ini, promosi melalui media sosial menjadi salah satu strategi penting untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik konsumen. Salah satu platform yang banyak digunakan adalah TikTok. Namun, dalam praktiknya, Waroeng Raja Seafood menghadapi sejumlah permasalahan dalam memanfaatkan TikTok sebagai media promosi.

Berdasarkan hasil observasi dan praktik magang selama di Waroeng Raja Seafood. Waroeng Raja Seafood masih terdapat permasalahan pada promosi media sosial. Kurangnya pemahaman tentang promosi media sosial menjadi permasalahan Waroeng Raja Seafood dalam menjalani usahanya. Promosi yang dilakukan masih bersifat sederhana dan belum terarah, sehingga promosi yang dilakukan masih belum menjangkau banyak *viewers* dan belum memberikan dampak yang signifikan pada Waroeng Raja Seafood.

Konten yang dibuat Waroeng Raja Seafood kurang menarik dan kurang mengikuti trend. Hal ini mengakibatkan video yang diunggah kurang *viewers*. Waroeng Raja Seafood belum memanfaatkan fitur TikTok, karena

keterbatasan pengetahuan tentang TikTok. Waroeng Raja Seafood juga belum mempunyai tim khusus promosi, sehingga kegiatan promosi TikTok belum konsisten.

