

1. PENDAHULUAN

Video merupakan salah satu bentuk strategi industri yang memiliki banyak fungsi dan salah satunya adalah untuk pemasaran atau disebut sebagai iklan (*advertising*). Iklan merupakan salah satu cara untuk sebuah industri mempromosikan sebuah produk yang ingin mereka dagangkan sebagai sumber pendapatan. Ditambah dengan perkembangan zaman yang tercipta *gadget* sebagai alat elektronik yang wajib dimiliki oleh orang-orang. Handphone merupakan salah satu *gadget* yang digunakan oleh semua orang sebagai alat bantu kegiatan kerja, hiburan, komunikasi, dll.

Sekarang ini media sosial sudah menjadi bagian dalam hidup keseharian orang-orang yang ada di sekitar. Terlebih lagi pada masa pandemi COVID-19 yang terjadi di berbagai negara membuat kebutuhan internet semakin meningkat tajam. Tentu saja secara tidak langsung penggunaan media sosial juga ikut meningkat sehingga menjadi penting untuk aplikasi media sosial untuk berevolusi. Perkembangan industri pada media sosial meningkat pesat pada saat ini. Hal tersebut terlihat dengan bertambah banyak perusahaan yang mulai fokus menggunakan media sosial sebagai alat bantu industri mereka.

Media sosial yang sedang banyak digunakan penduduk Indonesia adalah aplikasi 'Tiktok'. Menurut Putra (2019) Tiktok bukan termasuk media sosial melainkan *content distribution platform* yang dimana mempermudah pada *content creator* untuk mendapat yang biasa terhalang dengan jumlah *followers*. Aplikasi Tiktok tidak membutuhkan jumlah *follower* yang banyak melainkan konsisten dalam pembuatan konten. Aplikasi Tiktok memiliki algoritma sederhana yang memudahkan pengguna untuk menyebar konten dan dilihat oleh pengguna lain yang tertarik dengan hal yang sama, maka dari itu konsisten merupakan jawaban bagi pengguna aplikasi Tiktok ujar Praisra (2019). Oleh karena itu, banyak industri mulai beralih ke aplikasi Tiktok sebagai sarana iklan pada masa pandemi ini. Menurut hasil riset dari perusahaan *sensor tower*, menyatakan Tiktok merupakan aplikasi terlaris dengan total unduhan lebih dari 63,3 juta dan kurang lebih Indonesia menyumbang 11% dari total unduhan tersebut (Pertiwi, 2020).

1.1. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana Miniso menggunakan media sosial Tiktok sebagai platform video marketing untuk melakukan promosi produk?

1.2. BATASAN MASALAH

Penulis akan menggunakan beberapa contoh hasil video Tiktok yang telah diproduksi oleh perusahaan Fonecyc Company. Perusahaan Fonecyc Company sedang mulai menggunakan Tiktok sebagai platform *video marketing*. @Top1mall merupakan akun yang digunakan perusahaan untuk platform sarana iklan video promosi mereka. Penulis akan membahas mengenai metode strategi yang digunakan di setiap video yang dipilih. Seiring dari perkembangan dari akun @Top1mall ini, hasil penelitian dan sumber-sumber dapat mengalami perubahan.

Agar penulisan ini tidak meluas, maka konten Tiktok yang akan dianalisa, hanya dibatasi pada konten-konten berikut:

1. Video Promosi *360 inverted basket*
2. Video Promosi *combined storage box*
3. Video Promosi *Giveaway* dan *Live*

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Menjelaskan bagaimana Miniso memanfaatkan media sosial Tiktok sebagai *platform* video marketing dan strategi-strateginya yang digunakan untuk mempromosikan produk mereka. Membantu pembaca agar dapat mencari peluang-peluang baru dalam melanjutkan atau membuka bisnis dengan memanfaatkan media sosial.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A