

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan



*Gambar 4.1 Logo Perusahaan
(Sumber : tunastoyota.com)*

Tunas Toyota atau Tunas Ridean Tbk adalah dealer resmi Toyota yang menjual kendaraan Toyota di wilayah Jakarta, Bandung, Cilegon, Serang, dan Tangerang. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1967 sebagai perusahaan yang bergerak dalam impor dan penjualan mobil bekas. Pada tahun 1974, Toyota Astra Motor diangkat sebagai dealer resmi Toyota untuk Jakarta dan sekitarnya. Tunas Toyota telah aktif di industri otomotif selama bertahun-tahun dengan fokus utama pada penjualan mobil dan layanan pelanggan. Perusahaan ini telah meraih berbagai penghargaan dan prestasi, termasuk pengakuan sebagai dealer terbaik nasional untuk kepuasan pelanggan pada tahun 2004. Dari tahun 2005 hingga 2014, Tunas Toyota juga mendapat penghargaan yang sama dari Toyota atas prestasi dalam penjualan dan pelayanan pelanggan. Tunas Toyota memiliki cabang yang tersebar di beberapa wilayah, salah satunya adalah Tunas Toyota Cilegon.

B. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan observasi, wawancara, dan data-data yang dikumpulkan oleh penulis di PT. Tunas Toyota Cilegon, menemukan bahwa akun Tiktok @tunas.toyota.clgn masih jauh dari kata optimal. Terbukti dari jumlah *follower* yang dimiliki dan *like* masih sangat sedikit. Seperti pada gambar 4.2 berikut ini.



Gambar 4.2 Akun Tiktok @tunas.toyota.clgn
(Sumber : tiktok.com)

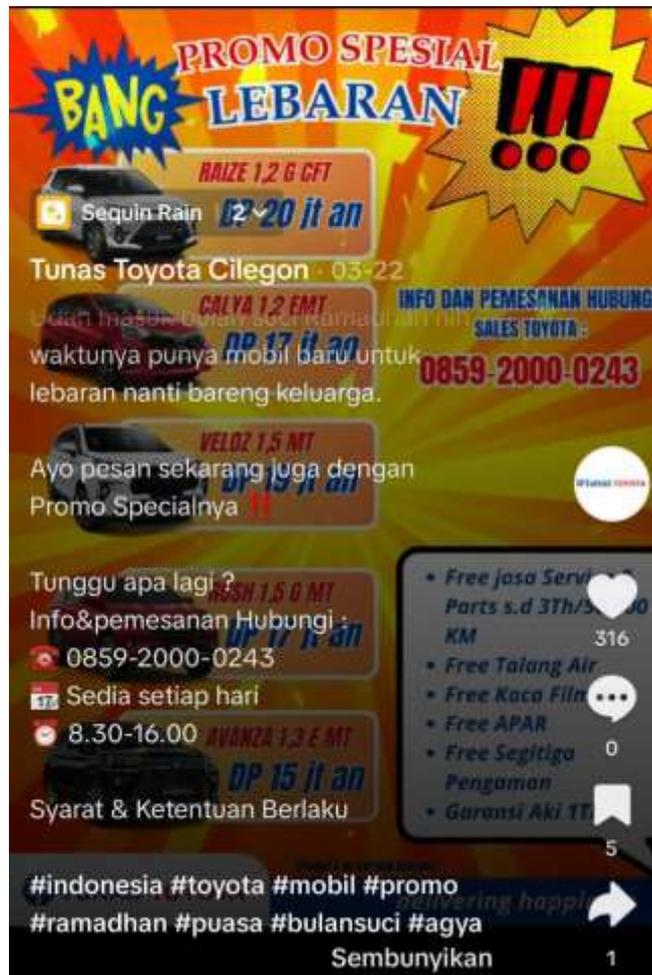
Berikut ini adalah penjelasan mengenai pembahasan yang sesuai dengan rumusan masalah laporan tugas akhir yang berjudul “Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Media Periklanan Pada PT. Tunas Toyota Cilegon.”

a. Strategi pemasaran melalui media sosial Tiktok sebagai alat periklanan pada akun @tunas.toyota.clgn.

Menurut Suroso, S., Suherman, E., & Sumarni, N. (2022) menjelaskan bahwasannya strategi pemasaran melalui media sosial Tiktok terbagi menjadi 5 strategi yaitu *hashtag* (#), mengikuti tren yang terjadi, melakukan kolaborasi dengan para influencer, memberikan deskripsi yang jelas, sering mengupload video dan dipasangkan iklan, Namun akun @tunas.toyota.clgn hanya menerapkan 4 strategi. Berikut penjelasan strategi pemasaran yang ditemukan antara lain sebagai berikut:

1. *Hashtag* (#)

Akun @tunas.toyota.clgn menggunakan penggunaan *hashtag* (#) sebagai salah satu strategi untuk melakukan pemasaran digital. Sebagai contohnya dengan menggunakan beberapa *hashtag* (#) yang sedang banyak digunakan pada ramadhan seperti #promo, #indonesia, #ramadhan, #puasa dan #bulansuci. Hal ini dilakukan agar dapat menjangkau pengguna yang sama-sama menggunakan *hashtag* (#) tersebut. Seperti pada gambar 4.3 berikut ini.



Gambar 4.3 Hashtag yang digunakan Akun @tunas.toyota.clgn (Sumber : tiktok.com)

Selain itu dengan memanfaatkan penggunaan *hashtag* pada konten Promo Spesial Ramadhan tersebut akun @tunas.toyota.clgn berhasil mendapatkan *engagement*. Seperti pada tabel 4.1 berikut ini.

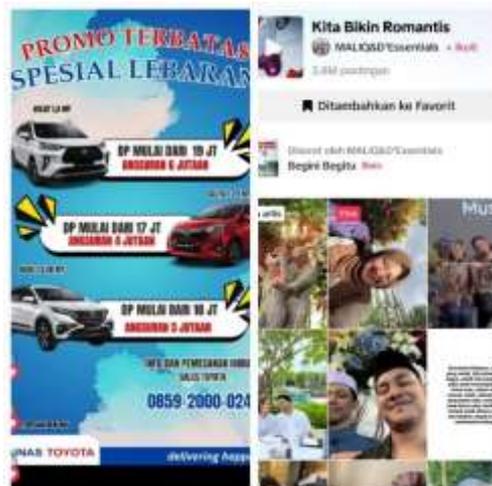
Tabel 4.1 Data Jumlah Engagement

Engagement	Jumlah
Like	316
Views	4.325
Follower	3
Share	1
Save	5
Comment	1

(Sumber : tiktok.com)

2. Mengikuti tren yang terjadi

Akun @tunas.toyota.clgn juga mengikuti hal yang sedang tren, sebagai contohnya membuat sebuah konten iklan dengan menggunakan lagu yang sedang ramai digunakan para pengguna Tiktok pada saat itu. Hal ini dilakukan agar dapat mengikuti tren yang sedang ramai diminati oleh masyarakat. Seperti pada gambar 4.4 berikut ini.



Gambar 4.4 Audio Yang Dipakai Pada Akun @tunas.toyota.clgn (Sumber : tiktok.com)

3. Memberikan deskripsi yang jelas

Akun @tunas.toyota.clgn tidak lupa dalam mencantumkan deskripsi yang jelas agar pesan iklan tersampaikan sesuai dengan konten yang dibuat. Sebagai contohnya seperti menjelaskan nomor yang dituju untuk melakukan pemesanan, batas waktu diskon, harga unit, jenis mobil, angsuran, dan sebagainya. Hal tersebut digunakan pada konten promo dan pada keterangan postingan. Seperti pada gambar 4.5 berikut ini.



Gambar 4.5 Deskripsi Yang Digunakan Di Akun @tunas.toyota.clgn (Sumber : tiktok.com)

4. Sering mengupload video dan dipasangkan iklan

Strategi lainnya yang digunakan akun @tunas.toyota.clgn yaitu dengan sering mengupload konten yang dilakukan secara 1 kali dalam 1 hari dengan mengunggah jenis konten promo mobil yang berbeda. Seperti pada gambar 4.6 berikut ini.



Gambar 4.6 Jenis Konten Promo Di Akun @tunas.toyota.clgn (Sumber : tiktok.com)

Akun @tunas.toyota.clgn juga memasang iklan sebagai salah satu strategi untuk memasarkan secara lebih luas. Secara lebih jelasnya akun @tunas.toyota.clgn memanfaatkan fitur ads pada Tiktok untuk membantu mempromosikan produknya dengan cara seperti yang dipaparkan berikut ini :

- Pilih konten yang ingin dipasangkan iklan tekan tombol promosi.
- Lalu pilih target yang diinginkan bisa lebih banyak pengikut, penonton atau tayangan profil.
- Lalu pilih tentukan penonton dengan yang diinginkan bisa seperti umur, pekerjaan, jenis kelamin, dan sebagainya.

- d. Lalu tentukan anggaran dan durasi yang diinginkan setelah itu bayar sesuai ketentuan dengan membayar lewat atm dan sebagainya.
- e. Setelah sudah melakukan tahap-tahap sebelumnya selanjutnya menunggu iklan untuk disetujui oleh tiktok

Dengan begitu iklan akan terpasang sesuai dengan yang diinginkan dan akan habis sesuai waktu yan sudah ditentukan. Seperti pada gambar 4.7 berikut ini :



Gambar 4.7 Hasil Dari Pemasangan Iklan Di Akun @tunas.toyota.clgn (Sumber : tiktok.com)

Selain itu dengan memanfaatkan penggunaan fitur ads yang berfokus untuk mencari lebih banyak follower pada konten Promo Spesial Lebaran tersebut akun @tunas.toyota.clgn berhasil mendapatkan

engagement dalam kurun waktu 1 hari. Seperti pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2 Data Setelah Memasang Iklan Dalam 1 Hari

<i>Engagement</i>	Jumlah
<i>Like</i>	27
<i>Views</i>	2.230
<i>Follower</i>	30
<i>Share</i>	1
<i>Profile View</i>	15
<i>Save</i>	1
<i>Comment</i>	2

(Sumber : tiktok.com)

Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan dengan memasangkannya iklan pada sebuah konten menunjukkan kenaikan yang signifikan pada *engagement* konten tersebut yang telah dipasang. Hal itu berbanding terbalik dengan konten yang tidak dipasang iklan sebelumnya. Seperti pada tabel 4.3 berikut ini.

Tabel 4.3 Data Sebelum Memasang Iklan

<i>Engagement</i>	Jumlah
<i>Like</i>	5
<i>Views</i>	167
<i>Follower</i>	-
<i>Share</i>	1
<i>Profile View</i>	3
<i>Save</i>	-
<i>Comment</i>	-

(Sumber : tiktok.com)

b. Mengefektifkan iklan pada akun Tiktok @tunas.toyota.clgn sehingga dapat optimal.

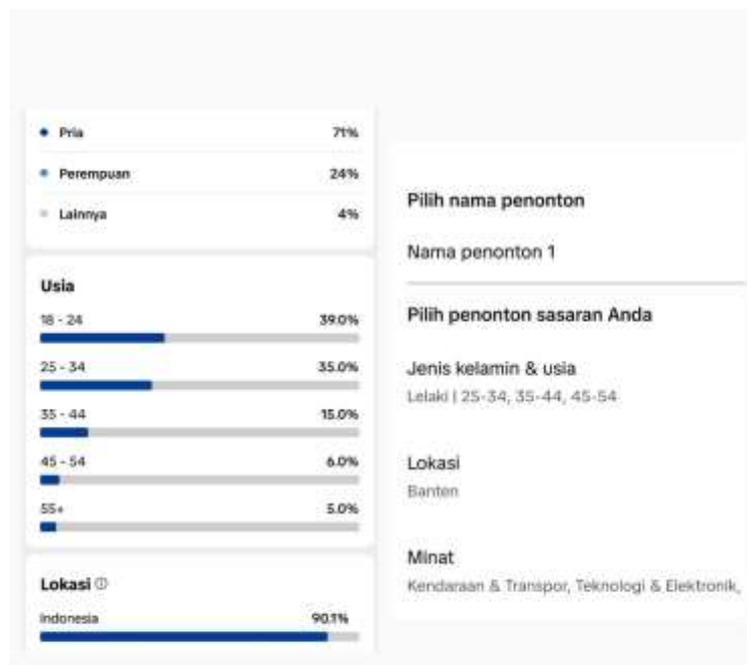
Media sosial Tiktok sebagai media periklanan sangat penting bagi PT. Tunas Toyota Cilegon, dikarenakan di era digital saat ini persaingan menjadi semakin ketat ditambah dengan semakin maraknya iklan yang kreatif. Oleh karena itu akun Tiktok @tunas.toyota.clgn bersikeras untuk membuat iklan yang dapat menarik perhatian pelanggan dan membuat iklan tersebut menjadi efektif juga optimal.

Menurut Shimp (2009) mendefinisikan iklan dapat dikatakan efektif bila mencapai tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh sang pengiklan, selain itu terdapat 5 cara yang digunakan agar iklan dapat dikatakan efektif apabila iklan harus memperpanjang jangkauan strategi pemasaran, melibatkan sudut pandang konsumen, memiliki sifat persuasif, mempunyai keunikan, dan periklanan harus dibuat dengan melibatkan sudut pandang konsumen.

Namun akun @tunas.toyota.clgn hanya menerapkan 4 cara untuk mengefektifkan iklan tersebut agar dapat optimal dan menarik perhatian pelanggan. Berikut adalah penjelasan mengenai cara yang digunakan oleh akun Tiktok @tunas.toyota.clgn antara lain sebagai berikut:

1. Memperluas jangkauan strategi pemasaran

Agar dapat iklan efektif dan optimal akun @tunas.toyota.clgn memperluas jangkauan demografinya, sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas lagi dari segi lokasi, usia dan lain-lain. Sebagai contohnya akun @tunas.toyota.clgn memperbesar jangkauan daerah lokasi, usia, pekerjaan, gender, dan sebagainya. Seperti pada gambar 4.8 berikut ini.



Gambar 4.8 Kategori Demografi Yang Dijangkau Akun @tunas.toyota.clgn (Sumber : tiktok.com)

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan jika akun @tunas.toyota.clgn memperluas jangkauannya seperti memperluas lokasinya yang sebelumnya hanya Kota Cilegon menjadi seluruh Provinsi Banten, mengubah target usia yang tadinya

35 tahun ke atas menjadi 18 tahun ke atas, memperluas kategori minat bukan hanya fokus ke satu bidang tapi ke bidang lainnya.

2. Iklan yang bersifat persuasif

Akun Tiktok @tunas.toyota.clgn juga menerapkan iklan yang bersifat persuasif. Cara yang dilakukan akun @tunas.toyota.clgn dalam menerapkannya antara lain membuat iklan yang memberikan kesan ajakan, memberikan kesan penasaran, dan memberikan kesan keuntungan kepada konsumen apabila memesan produk tersebut. Seperti pada gambar 4.9 berikut ini.



Gambar 4.9 Iklan Yang Bersifat Persuasif Pada Akun @tunas.toyota.clgn (Sumber : tiktok.com)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat iklan tersebut menunjukkan sifat yang persuasif seperti ajakan membeli sekarang juga dan menunjukkan beberapa promo yang didapat apabila memesan.

3. Harus menemukan cara yang unik agar dapat menyaingi pembuat iklan lainnya.

Iklan yang digunakan pada akun @tunas.toyota.clgn memiliki keunikan yang menonjol seperti warna, *font*, ukuran *font*, tema dan templatennya yang cukup berbeda dari konten sebelumnya. Hal ini dilakukan agar setiap iklan memiliki ciri khasnya tersendiri, yang dimana membuat pengguna Tiktok yang melihat iklan tersebut tertarik dan penasaran dengan iklan tersebut. Seperti pada gambar 4.10 berikut ini.



Gambar 4.10 Jumlah Iklan Pada Akun @tunas.toyota.clgn (Sumber : tiktok.com)

Akan tetapi hal yang dilakukan belum optimal karena dapat dilihat jika keunikan itu hanya terdapat pada warna, *font*, ukuran *font*, tema, dan templatennya. Tetapi bentuk kontennya tetap sama yaitu gambar beranimasi saja tidak ada konten iklan dalam bentuk video.

4. Menerangkan dan menjelaskan dengan berdasarkan fakta yang sesuai
- Dalam membuat iklannya akun @tunas.toyota.clgn memastikan agar iklan yang dibuat jelas dan sesuai fakta. Sebagai contohnya iklan yang dibuat mencantumkan harga unit, merek, dan sebagainya yang sesuai dengan harga yang ditentukan. Hal tersebut dapat membuat iklan menjadi lebih efektif dikarenakan semua keterangan tercantum dengan jelas dan sesuai dengan fakta. Seperti pada gambar 4.11 berikut ini.



Gambar 4.11 Contoh Iklan Yang Dipakai Akun
@tunas.toyota.clgn
(Sumber : tiktok.com)