

STUDI ANALISIS DESKRIPTIF KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA AKUN TIKTOK SCARLETT WHITENING

Oleh:

Elvira Ekaputri Semaun

E-mail: elvirasemaun18@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Abstrak

Media social sekarang kerap sekali dimanfaatkan oleh para pebisnis dalam menjalankan bisnis mereka salah satunya adalah TikTok. Media sosial Tiktok merupakan salah satu media sosial interaksi social secara online yang sangat meluas didunia. Salah satu perusahaan yang menggunakan Tiktok dalam melakukan pemasaran adalah perusahaan dari Scarlett Whitening. Yang mana perusahaan tersebut menggunakan Tiktok sebagai platform untuk menarik perhatian khalayak untuk membeli produk tersebut. Scarlett Whitening merupakan salah satu produk kosmetik local yang sangat terkenal dikalangan masyarakat saat ini dengan manfaat yang bagus untuk perawatan kulit sehingga dapat menarik perhatian masyarakat untuk mencoba serta membeli produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses keputusan pembelian konsumen pada akun Tiktok Scarlett Whitening. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan media sosial Tiktok dikalangan masyarakat luas. proses keputusan pembelian konsumen adalah salah satu langkah untuk membeli barang atau jasa, proses keputusan pembelian konsumen dibagi menjadi 5 tahap yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku setelah pembelian. Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari narasumber yang diteliti. Objek yang digunakan pada penelitian ini yaitu akun Tiktok Scarlett Whitening. Adapun teknik yang digunakan seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Media sosial tiktok memiliki daya tarik tersendiri unruk menarik perhatian masyarakat sehingga dapat menggunakan aplikasi tersebut, dan juga konten yang dibuat dalam media Tiktok sendiri memiliki ciri khas tersendiri yang dapat menarik perhatian konsumen memutuskan membeli produk.

Kata kunci: Media Sosial, Tiktok, Scarlett Whitening, Keputusan Pembelian Konsumen

DESCRIPTIVE ANALYSIS STUDY OF CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON SCARLETT WHITENING TIKTOK ACCOUNTS

By:

Elvira Ekaputri Semaun

E-mail: elvirasemaun18@gmail.com

Faculty of Communication and Multimedia

Mercu Buana University of Yogyakarta

Abstrack

Social media is now often used by business people in running their business, one of which is TikTok. Tiktok is one of the most widespread online social interaction media in the world. One company that uses Tiktok in marketing is the company from Scarlett Whitening. The company uses Tiktok as a platform to attract the attention of the people to buy the product. Scarlett Whitening is one of the local cosmetic products that is very well known among the people today with good benefits for skin care, so that it can attract people's attention to try and buy the product.

This study aims to determine how the process of consumer purchasing decisions on Tiktok Scarlett Whitening accounts. This can be seen from the use of Tiktok social media among the wider community. The consumer purchasing decision process is one step to buy goods or services, the consumer purchasing decision process is divided into 5 stages, namely, problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decisions, behavior after purchase. This research uses a qualitative descriptive study method in the form of written and spoken words from the sources under study. The object used in this study is the Scarlett Whitening Tiktok account. The techniques used such as observation, interviews, and documentation. Tiktok social media has its own charm to attract people's attention so they can use the application, and also the content created in Tiktok media itself has its own characteristics that can attract the attention of consumers to decide to buy products.

Keywords: Social Media, Tiktok, Scarlett Whitening, Consumer Purchase Decision