

ABSTRAK

PEMBELAJARAN KONSUMEN MELALUI TIKTOK STUDI KASUS PEMBELAJARAN KONSUMEN FOLLOWER *JOGJAFOODHUNTER*

Untuk melakukan keputusan pembelian ulang suatu produk, hal yang mendasari seseorang adalah pembelajaran. Pembelajaran ditimbulkan dari sebuah pengalaman yang mengakibatkan perubahan perilaku seseorang. Pengalaman tersebut bisa datang dari pengalaman pribadi maupun orang lain, jika pengalaman yang didapatkan konsumen sangat puas maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian ulang. Rancangan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode kualitatif untuk menjelaskan fenomena tersebut secara mendalam. Hasil dari penelitian ini bahwa proses pembelajaran konsumen dalam memilih tempat makan melalui akun TikTok *Jogjafoodhunter* dilakukan dengan beragam cara sesuai dengan latar belakang dan keinginan yang muncul dari dalam diri masing-masing. Oleh karena itu tidak mengherankan jika proses pembelajaran yang dilakukan oleh orang dengan beragam latar belakang menjadi tampak berbeda-beda. Walaupun demikian secara garis besar peneliti menganalisa kebutuhan dasar dari setiap orang dalam proses pembelajaran adalah kebutuhan akan tempat yang bagus dan kebutuhan akan makanan yang enak. Selain itu, bahwasannya video yang menarik, harga yang murah, akses ke tempat makan dan juga rekomendasi atau review di kolom komentar menjadi faktor penguat konsumen dalam melakukan pembelajaran

Kata kunci : pembelajaran konsumen, media baru, TikTok.

ABSTRACT

CONSUMER LEARNING THROUGH TIKTOK FOLLOWER JOGJAFOODHUNTER CONSUMER LEARNING CASE STUDY

To make a product repurchase decision, the thing that underlies a person is learning. Learning results from an experience that results in changes in a person's behavior. This experience can come from personal or other people's experiences, if the experience that the consumer gets is very satisfied, the consumer will make a repurchase decision. The design in this study is to use qualitative methods to explain this phenomenon in depth. The results of this study indicate that the learning process of consumers in choosing a place to eat through the TikTok Jogjafoodhunter account is carried out in various ways according to the backgrounds and desires that arise from each other. Therefore it is not surprising that the learning process carried out by people with various backgrounds looks different. However, broadly speaking, researchers analyzed the basic needs of everyone in the learning process, namely the need for a good place and the need for good food. In addition, that interesting videos, low prices, access to places to eat and also recommendations or reviews in the comments column are factors that strengthen consumers in learning.

Keywords : *consumer learning, new media, TikTok.*