

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) merupakan kegiatan yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Salah bentuk usaha adalah usaha *slime*. *Slime* adalah mainan berlendir yang terbuat dari bahan baku lem dan campuran *activator* kimia.

UMKM Premium Slime masih berkembang hingga saat ini. Premium Slime dimulai tahun 2016 yang di mana hal tersebut dimulai dari adanya eksperimen. Pemilik Premium Slime memulai usaha ini saat diirinya tengah bersekolah. Dimulai dari adanya penjualan *slime* 1 jenis, kini pemilik Premium Slime tersebut sudah mampu menjual 100 jenis *slime*. Pada tahun 2018 pemilik Premium Slime mengikuti bazar pameran yang di mana pada tahun tersebut produk *slime* sedang naik dan *viral*.

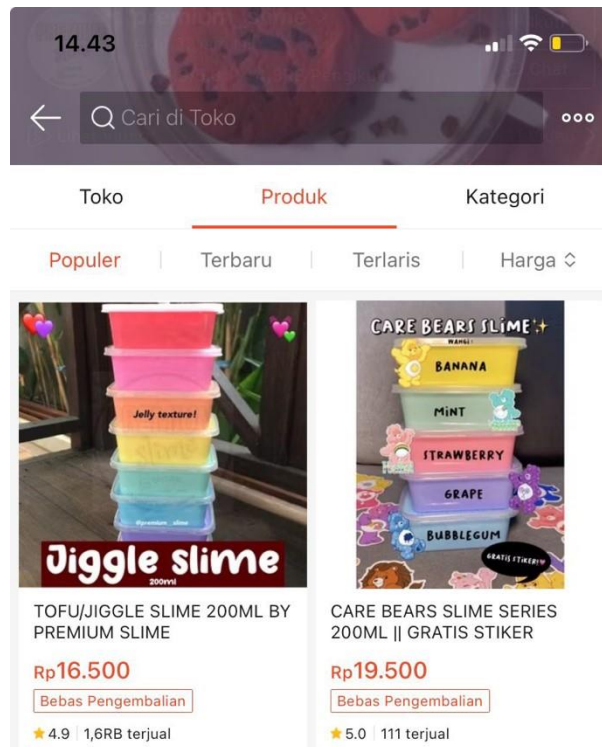
Sebelumnya Premium Slime telah melakukan pembuatan video konten di media sosial namun tidak aktif kembali sehingga tidak dapat meningkatkan interaksi dengan *public*. *Instagram* Premium Slime kini tidak aktif kembali

dalam meningkatkan interaksi. Premium Slime terakhir melakukan unggahan di media *instagram* pada tanggal 1 April 2021.



Gambar 1. 1Postingan Terakhir Premium Slime

Kondisi UMKM Premium slime saat ini masih berkembang dan masih aktif berjualan di media *Shopee*. Banyak kompetitor bervariasi berdatangan setiap tahunnya. Kompetitor *slime* yang masih aktif hingga saat ini adalah @creamiepie.id. Untuk saat ini Premium Slime tidak lagi menggunakan media sosial *TikTok* dan *Instagram* sebagai media penjualan karena adanya keterbatasan waktu dari pemilik Premium slime, sehingga penjualan berfokus pada akun *Shopee* dengan nama Premium_slime.



Gambar 1. 2Shopee Premium Slime

Premium Slime adalah produk *slime* yang memiliki tekstur halus dan tidak lengket, sehingga nyaman dimainkan dan mudah dibentuk. Produk ini dibuat dengan bahan-bahan yang dirancang agar lebih tahan lama, sehingga tidak cepat mengering jika disimpan dengan baik. Selain itu, Premium Slime menggunakan bahan yang tidak beracun, sehingga lebih aman untuk digunakan. Keunggulan lain dari Premium Slime adalah aromanya yang tidak menyengat, sehingga tidak mengganggu saat dimainkan. Produk ini juga tersedia dalam 100 varian, dengan berbagai jenis tekstur dan warna yang beragam. Dengan variasi yang tersedia, pengguna dapat memilih *slime* sesuai dengan preferensi mereka.



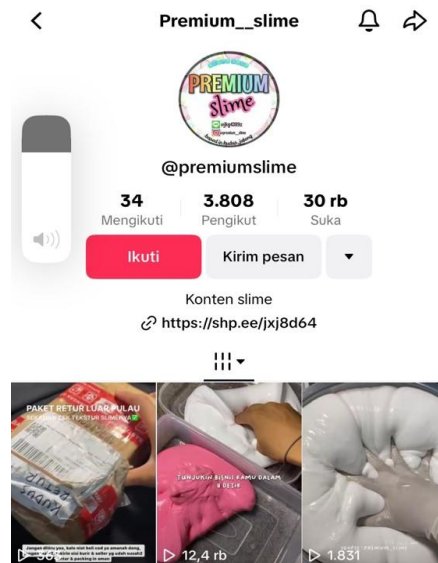
Gambar 1. 3 Produk Slime Premium

Premium Slime memiliki keunggulan dalam variasi dan tekstur dibandingkan dengan kompetitor seperti @creamiepie.id. Dengan 100 varian *slime*, Premium Slime menawarkan lebih banyak pilihan bagi pelanggan, mulai dari *butter slime*, *cloud slime*, hingga *crunchy slime*. Sementara itu, kompetitor memiliki variasi yang lebih terbatas, sehingga pilihan bagi konsumen tidak sebanyak yang tersedia di Premium Slime. Hal ini memberikan keunggulan tersendiri bagi Premium Slime dalam memenuhi preferensi pengguna yang mencari *slime* dengan berbagai tekstur dan efek.

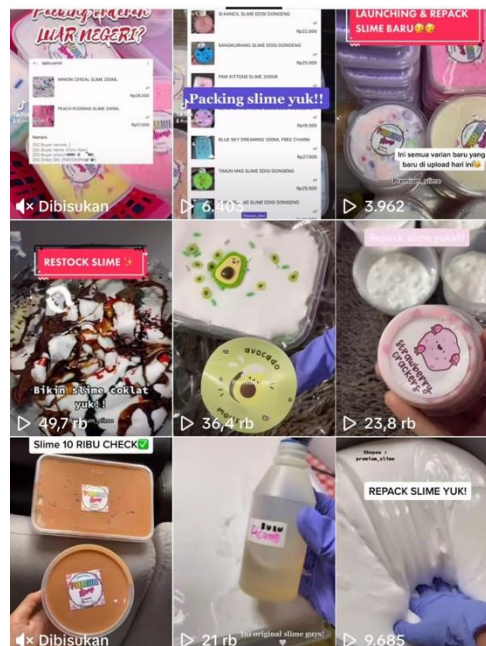


Gambar 1. 4 Kompetitor Premium Slime

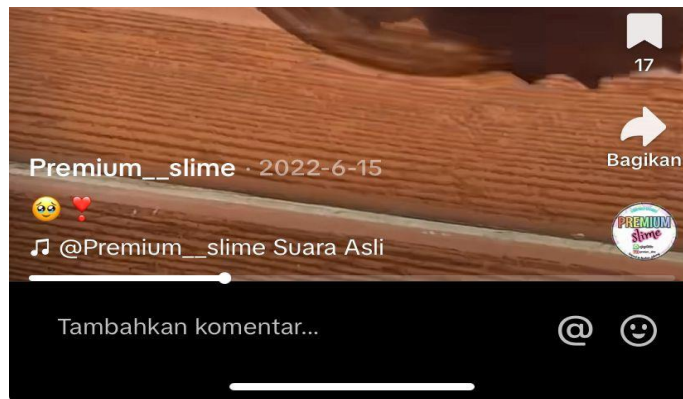
Faktor kendala yang dialami oleh pemilik Premium Slime adalah kurangnya ide konten. Pemilik Premium Slime mengakui bahwa tidak adanya konten yang dilakukan membuat interaksi sosial media premium *slime* menurun, namun dari pemilik *slime* sendiri tidak memiliki ide konten dalam membuat konten tentang produknya. Dengan demikian dalam meningkatkan interaksi dengan *digital marketing public relations* mengenai *slime*, pemilik Premium Slime memanfaatkan konten sosial media *instagram* dan *TikTok* meski untuk saat ini sudah tidak aktif kembali.



Gambar 1.5 *TikTok Premium Slime*



Gambar 1.6 *TikTok Premium Slime*

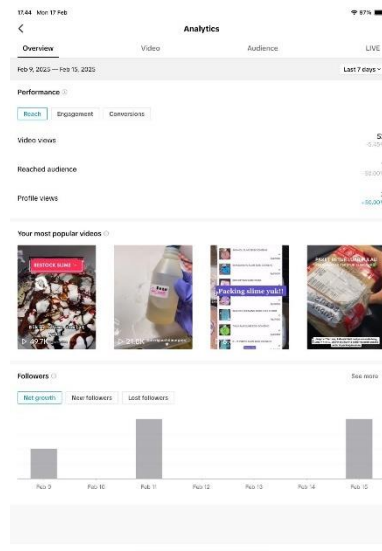


Gambar 1. 7 Tanggal Unggahan Terakhir *TikTok* Premium Slime (15/6/2022)

Dengan adanya gambar di atas, maka dapat diketahui bahwa kondisi akun *TikTok* @premium_slime terakhir kali aktif pada 15 Juni 2022 setelah sebelumnya menjadi akun yang cukup populer dengan ribuan penonton di setiap kontennya. Namun, sejak saat itu, akun ini tidak lagi menunjukkan aktivitas atau interaksi dari pengguna. Tidak ada lagi unggahan baru, dan jumlah tayangan, komentar, serta *like* yang terbaru. Kondisi ini menunjukkan bahwa akun @premium_slime sudah tidak aktif lagi, dengan tidak adanya keterlibatan atau respons dari publik sebagaimana yang terjadi pada periode sebelumnya.

Evaluasi terhadap konten yang telah diunggah menunjukkan bahwa setiap video memiliki jumlah penonton yang bervariasi, berkisar antara 1.000 hingga 49.000 tayangan. Meskipun angka ini menunjukkan adanya ketertarikan dari publik, namun konten yang dibuat masih belum memiliki inti yang jelas atau judul yang menarik, sehingga kurang memberikan identitas yang kuat bagi merek Premium Slime. Selain itu ketidakkonsistenan dalam konsep dan tema konten juga menyebabkan sulitnya membangun *engagement* yang stabil dengan penonton. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih terarah dalam

pembuatan konten agar setiap video tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga dapat meningkatkan interaksi.



Gambar 1. 8 *Engagement Video*

Grafik di atas merupakan salah satu video yang dilakukan pengecekan dalam periode 9–15 Februari 2025 menunjukkan *engagement* yang tinggi dengan 49,7ribu *views*, meskipun total tayangan video secara keseluruhan turun 5,45%. Namun, kunjungan ke profil meningkat 50%, yang berarti banyak orang tertarik untuk melihat lebih lanjut setelah menonton video. Namun, jangkauan pemirsa menurun hingga 50%, yang menunjukkan bahwa konten belum menyebar secara luas ke publik baru. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada video yang naik, *engagement* secara keseluruhan masih bisa ditingkatkan dengan strategi yang lebih baik,

Berdasarkan hal ini disebutkan juga mengenai UMKM yang masih minim pengetahuan ide konten *TikTok* sebagai media untuk menaikkan interaksi. Pemilik Ptreium Slime merasa kesulitan dalam menemukan

pembelajaran *TikTok* video dari berbagai media sosial, kurangnya sarana pembelajaran, dan kurangnya *tools* yang dapat mempermudah pengguna dalam membuat konten *TikTok* yang baik. Atas dasar uraian tersebut, maka UMKM Premium Slime membutuhkan konten guna meningkatkan interaksi. Konten tersebut dapat dibuat melalui media *TikTok*.

Akun media *TikTok* memiliki andil besar dalam menentukan konten yang FYP (*For Your Page*) dan mencerminkan preferensi untuk penggunanya, Sistem merekomendasikan konten dengan menyusun urutan video berdasarkan kombinasi faktor- faktor. Adapun tiga faktor utama yang memengaruhi konten FYP di *TikTok* pengguna, yakni interaksi pengguna, informasi video, serta pengaturan perangkat dan akun (Alfiana, 2024).

CNBC Indonesia membahas berdasarkan survei yang dilakukan, media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet berusia 16-64 tahun adalah *WhatsApp* (90,9%), lalu disusul *Instagram* (85,3%), *Facebook* (81,6%), *TikTok* (73,5%), dan *Telegram* (61,3%) (CNBC, 2024). Sehingga penulis memilih aplikasi *TikTok* sebagai media penyebaran konten karena *TikTok* dapat menyebarluaskan informasi. *TikTok* juga dapat digunakan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan dengan menonton berbagai video tentang masalah yang terjadi di seluruh dunia serta memberikan hiburan kepada public. Istilah yang sering digunakan oleh pengguna di aplikasi *TikTok* adalah FYP (*For You Page*). FYP adalah halaman utama aplikasi yang menampilkan konten saat pertama kali dibuka. Video-video yang diberi label FYP akan muncul di halaman tersebut (CNBC, 2024).

Dengan demikian dapat ditarik permasalahan bahwa kurangnya pemahaman dalam penggunaan media sosial dan adanya keterbatasan kemampuan dalam membangun identitas visual untuk *brand* , maka penulis tertarik untuk melakukan pembuatan konten media sosial dengan menggunakan media *TikTok* untuk meningkatkan interaksi pada UMKM Slime Premium Kabupaten Kudus. Pembuatan konten ini difokuskan pada pengalaman pengguna karena aplikasi ini dibuat berdasarkan kebutuhan dari pengguna (UMKM), sehingga fitur-fitur di dalamnya diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan permasalahan yang dialami oleh pengguna (UMKM). Dengan adanya pembuatan konten video slime diharapkan dapat meningkatkan interaksi dengan publik. Pembuatan konten yang akan dilakukan oleh penulis berdasarkan pada video yang dibutuhkan dalam penjualan slime serta teori yang ada.

Dalam upaya meningkatkan interaksi dan memperkenalkan kembali Premium Slime kepada masyarakat, penulis berfokus pada pembuatan konten yang berbeda dan lebih menarik. Dengan mempertimbangkan tren dan preferensi pengguna di media sosial, konten yang dibuat akan dikemas secara kreatif agar lebih mudah dikenali dan diminati oleh publik. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk serta memperluas jangkauan pemasaran, sehingga Premium Slime dapat kembali dikenal dan bersaing di pasar slime yang semakin kompetitif.

Analisa SWOT dari penulisan ini sesuai dengan kondisi yang terjadi saat ini. Berdasarkan *strengths* atau kekuatan, Premium Slime sudah berdiri sejak

2018 dan memiliki beberapa pelanggan yang sering melakukan *repeat order* (5-7 pelanggan).

Berdasarkan *weaknesses* atau kelemahan, premium slime tidak memiliki konten sosial media yang aktif sehingga tidak bisa mengikuti *trend* konten dalam meningkatkan interaksi. Berdasarkan *opportunities*. atau peluang, Premium Slime memiliki peluang untuk berkembang di sosial media *TikTok* karena *TikTok* memiliki jangkauan luas. Sedangkan berdasarkan *threats* atau ancaman, Premium Slime memiliki ancaman kehabisan ide konten sehingga tidak dapat berkembang dalam meningkatkan interaksi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diketahui bahwa saat ini UMKM Premium Slime saat ini tidak aktif dalam meningkatkan interaksi dan hanya berfokus pada penjualan di *Shopee*. Dengan demikian untuk mengatasi hal tersebut, maka penulis akan melakukan pembuatan konten *TikTok* untuk meningkatkan interaksi-interaksi Media Sosial *TikTok* UMKM Premium Slime.

1.3. Tujuan

Tujuan pada produksi ini adalah membuat konten *TikTok* untuk meningkatkan interaksi-interaksi Media Sosial *TikTok* UMKM Premium Slime.

1.4. Manfaat

1.4.1. Manfaat Akademis

Manfaat dari membuat konten *TikTok* ini adalah dapat menambah pengetahuan untuk mahasiswa dan masyarakat khususnya dalam membuat konten mengenai video konten *TikTok* dalam UMKM Premium Slime.

1.4.2. Manfaat Bagi Masyarakat

Manfaat bagi masyarakat dari adanya pembuatan konten *TikTok* adalah memberikan informasi terkait produk UMKM Premium Slime.

1.4.3. Manfaat Praktis Bagi UMKMS

Manfaat yang dihasilkan dari tugas akhir ini adalah diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi bahwa media konten *TikTok* dapat membantu meningkatkan interaksi dengan *digital marketing public relations* produk UMKM Premium Slime. .

1.5. Luaran

Bentuk produksi dalam tugas akhir yaitu pembuatan video konten *TikTok* dengan jumlah 10 video *TikTok* sesuai dengan ide konten yang telah ditentukan oleh penulis dengan kesepakatan pemilik Premium Slime.