

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang teknologi sudah sangat canggih dan semakin meningkat penggunaannya setiap saat, Berkembangnya teknologi informasi saat ini merupakan salah satu cara agar bisa mendapatkan informasi dengan jangkauan luas, intinya bisa dikatakan jika teknologi informasi sekarang ini fungsinya untuk menghasilkan sebuah informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu beberapa kegunaannya bisa dimanfaatkan dalam bentuk apapun.

Luasnya informasi teknologi dan komunikasi yang mengikuti kemajuan generasi dapat memberikan hasil pada dunia perkomunikasian seperti sekarang. misalnya media digital seperti tv, media elektronik, *gadget*, dll, lalu di era sekarang media digital berkaitan dengan jaringan internet, juga media sosial yang berupa (Tiktok, whatsApp, youtube, Line, dan sebagainya). teknologi informasi saat ini sangat mempermudah semua kalangan umur agar bisa melakukan apapun dan bisa berhubung jarak jauh dengan orang yang untuk mendapatkan informasi kapanpun dengan waktu yang tepat.

Beragam bentuk informasi bisa diakses semua orang secara praktis jika sudah tersambung pada jaringan internet. Informasi terbaru yang terkait berbagai bidang dapat diperoleh, apalagi bidang pariwisata juga bisa diakses secara cepat menggunakan teknologi sekarang ini. untuk bidang pariwisata teknologi informasi dan komunikasinya dapat berupa seperti *booking* transportasi tiket dan reservasi tempat menginap, *customer* dapat menggunakan sistem secara *online* dari jarak yang tidak dekat bisa menggunakan aplikasi khusus yang telah ada. Adanya penggunaan teknologi canggih saat ini berhasil karena internet yang berupaya khusus dalam majunya teknologi seluruh dunia.

*We are Social* adalah sumber penyajian informasi yang berisi tentang internet, *e-commerce*, juga sosial media setiap waktu secara bertahap. Informasi yang diberikan ialah informasi keseluruhan yang ada di seluruh dunia, salah satunya Indonesia.



**Gambar 1.1 Pengguna data Internet di Indonesia Tahun 2023**

*Sumber: Data Reportal, 2023*

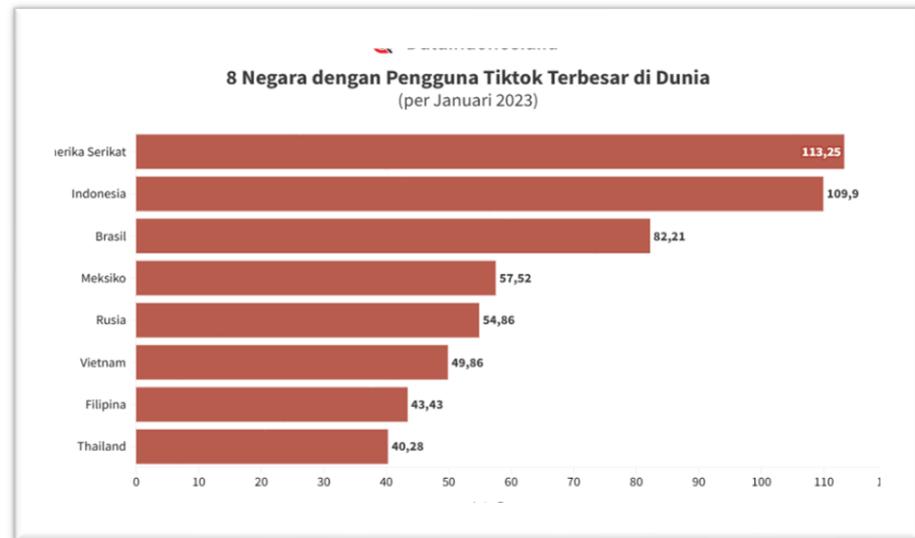
Terlihat dari gambar 1.1 diatas terdapat total data informasi pengguna internet ter-*update* dari *We Are Social* yang selanjutnya di informasikan dari informasi Reportal menyebutkan jika pemakai internet di negara indonesia menunjukkan jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. waktu yang dihabiskan bermain media sosial di Indonesia mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya. Durasi tersebut menjadi yang tertinggi kesepuluh di dunia. Lebih lanjut, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 212,9 juta pada Januari 2023.

Data *We are Social* dan *Meltwater* diatas menunjukkan penetrasi internet dibawah 100 persen, tetpi total data *celular mobile connections*, mempunyai 128 persen melebihi jumlah populasi, maksudnya adalah sampai di angka 353,8 juta untuk penggunaan *simcard*. intern et sangat membuat perkembangan teknologi membutuhkannya, untuk mudah mendapatkan banyak informasi.

Bertambahnya orang Indonesia yang memanfaatkan internet diikuti dengan naiknya total media yang ada. Media sosial sekarang juga saling bersaing untuk menawarkan kemudahan. Faktanya yaitu kehadiran media sosial mengalami perkembangan dan membuat banyak orang berminat memanfaatkannya, dikarenakan bisa digunakan siapapun dan dimanapun, diantara banyaknya medsos yang lain, media sosial TikTok sedang menjadi primadona dan banyak yang menggunakannya saat ini. TikTok memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk berjualan atau usaha. Berbagai penjualan, hingga jasa dan kepariwisataan tentunya dapat memakai media sosial untuk memancing minat pembeli supaya membeli produk.

Menjual barang menggunakan medsos agar menarik pembeli adalah bentuk cara untuk memberikan banyak informasi yang terhubung dengan barang yang dijual kepada pengguna media Sosial. Pemanfaatan medsos dipakai berbagai kalangan untuk menjalankan berbagai kegiatan, dimulai dengan berbisnis sampai berita dan berbagai kegiatan lain. Memasarkan penjualan dari medsos bisa mempengaruhi dampak eksternal yang memengaruhi pemikiran pembeli untuk suatu barang, lalu bisa memengaruhi keinginan konsumen untuk membeli (Maoyan et al, 2014).

Palembang merupakan salah satu kota yang mempunyai beragam perkulineran khasnya mulai dari kemplang, Pempek, Model, Tekwan, Laksan, Mie Celor, lalu bermacam lainnya. Medsos ialah suatu tempat untuk memasarkan produk makanan khas Palembang, kemudian tempat makan maupun *cafe* sekarang ini sudah memuncak dan mudah di akses hanya dengan melewati medsos. medsos yang sekarang sedang tren ialah Tiktok, buktinya adalah hasil *We Are Social* berikut:



**Gambar 1.2 Pengguna TikTok terbesar kedua didunia**

*Sumber: We Are Social, 2023*

*We Are Social* merupakan sistem berbasis data aktif yang biasanya mendata pengguna internet dan media sosial setiap tahun di seluruh dunia. dari data *We Are Social* diatas, penggunaan TikTok seluruh dunia di perkirakan memuat 1,05 m di bulan Januari 2023. total perkiraan meningkat 18,8% daripada waktu sebelumnya. Penggunaan TikTok terlampau banyak pada negara Amerika Serikat. kemudian Indonesia sebagai *user* terbesar urutan kedua dengan jumlah pengguna sebanyak 109,90 juta pengguna. Apapun yang diposting di TikTok maka besar kemungkinan akan dilihat oleh dunia.

Sebelum meningkatnya perkembangan teknologi pada media sosial TikTok maka banyak sekali orang-orang yang masih menggunakan media sosial *facebook*, salah satunya akun @palembangkulukilir yang pada tahun 2015 memulai bisnis konten dan promosinya melalui *facebook*, tetapi dengan semakin majunya perkembangan teknologi terutama pada media sosial TikTok maka @palembangkulukilir membuat akun untuk konten informasi dan promosi di TikTok, juga Mulai aktif memposting video sejak tahun 2020, akun tersebut

membagikan banyak informasi tentang seputar makanan khas Palembang dan seputar info Palembang terbaru. hingga sekarang akun TikTok @palembangkulukilir masih terus konsisten dalam membagikan konten yang *informative*, saat ini akun TikTok @palembangkulukilir telah memiliki jumlah pengikut sebanyak 160.000 *followers*.

Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Konten Makanan Khas Palembang Pada Akun TikTok @palembangkulukilir Terhadap Minat Beli Viewers.**"

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah *context* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli *viewers* pada akun TikTok @palembangkulukilir
2. Apakah *communication* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli *viewers* pada akun TikTok @palembangkulukilir
3. Apakah *collaboration* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli *viewers* pada akun TikTok @palembangkulukilir
4. Apakah *connection* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli *viewers* pada akun TikTok @palembangkulukilir
5. Apakah pengaruh konten secara simultan berpengaruh terhadap minat beli *viewers*

## 1.3 Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih berfokus, sesuai arah, juga tidak jadi pembahasan yang terlalu meluas, maka dari itu penulis ingin membatasinya. diantara batasan masalah penelitian ini adalah penulis hanya ingin meneliti tentang pengaruh konten promosi pada akun media sosial TikTok @palembangkulukilir terhadap minat beli *viewers* dengan menggunakan komponen 4C di media sosial yaitu *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini ialah mendasari rumusan masalah yang sudah dituliskan sebelumnya, gunanya untuk mencari tahu bagaimana pengaruh *context, communication, collaboration, connection*, juga bagaimana pengaruh konten promosi makanan akun media sosial TikTok @palembangkulukilir terhadap minat beli *viewers* pada uji simultan (uji f).

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis penelitiannya ini tertuju pada para akademis, yang dimaksud ialah dapat digunakan sebagai media informasi tentang apa yang berpengaruh pada promosi akun media sosial TikTok terhadap minat beli perkulineran *viewers*. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengetahuan tentang medsos TikTok, untuk penulis dan pembaca, terkhususnya tentang promosi akun media sosial TikTok terhadap minat beli produk kuliner pada *viewers* dari akun tersebut.

##### **1.5.2. Manfaat Praktis**

Selanjutnya merupakan manfaat praktis pada penelitian ini untuk para praktisi, ialah penelitian ini mempunyai info yang dapat dipakai untuk mempertimbangkan fenomena pengaruh promosi media sosial TikTok di waktu sekarang. Untuk pihak lain diharapkan hasil pada penelitian ini bisa sebagai motivasi pola pikir pembaca supaya bisa menggunakan manfaat dari akun media sosial TikTok sebagai kepentingan diri sendiri dan orang banyak.

### **1.5.3 Manfaat Bagi Perusahaan**

Memberi pendapat juga pertimbangan untuk perusahaan, terkait pengaruh dari promosi makanan khas Palembang pada konten yang ada dari perusahaan tersebut.

### **1.5.4 Manfaat Bagi Peneliti**

Peneliti dapat mengaplikasikan pengetahuan yang telah di peroleh di bidang pariwisata khususnya pada mata kuliah Pemasaran Pariwisata.

### **1.5.5 Manfaat Bagi Jurusan Administrasi Bisnis**

1. Sebagai wadah Informasi untuk seluruh aktivitas Akademik di Jurusan Administrasi Bisnis.
2. Sebagai Nilai tambah untuk referensi bagi peneliti setelahnya.
3. Sebagai kepastakaan di Jurusan Administrasi Bisnis.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan garis besar mengenai skripsi ini maka diperlukan sistematika penulisan sehingga dapat menggambarkan hubungan antara bab yang satu dengan bab lainnya dimana seti ap bab memiliki beberapa sub bab keseluruhan. Berikut adalah sistematika penulisan penelitian ini, yaitu:

### **BAB I      PENDAHULUAN**

#### 1.1 Latar Belakang

#### 1.2 Rumusan Masalah

#### 1.3 Tujuan Penelitian

#### 1.4 Manfaat Penelitian Batasan Masalah

#### 1.5 Sistematika Penulisan

- BAB II
- 2.1 Makanan Khas
  - 2.2 Promosi
  - 2.3 Media Baru
  - 2.4 Media Sosial
  - 2.5 Minat Beli
  - 2.6 Kerangka Berpikir
  - 2.7 Kerangka Berpikir
  - 2.8 Hipotesa Penelitian
- BAB III
- 3.1 Pendekatan Penelitian
  - 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian
  - 3.3 Populasi dan Sampel
  - 3.4 Teknik Pengumpulan Data
  - 3.5 Jenis dan Sumber Data
  - 3.6 Teknik Pengumpulan Data
  - 3.7 Teknik Analisis Data
- BAB IV
- Pada bagian Bab IV terdapat penjelasan terkait hasil analisis yang dibahas mengenai “Pengaruh Promosi Makanan Khas Palembang Pada Akun TikTok @palembangkulukilir Terhadap Minat Beli *Viewers*”
- BAB V
- PENUTUP
- Pada bagian Bab V terdapat penjelasan terkait hasil yang menyeluruh pada penelitian yaitu hasil disimpulkan, juga memberikan saran yang dimasukkan penulis, diantaranya terdapat isi penulisan skripsi pada bab V ialah Kesimpulan dan Saran.