

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1: Pedoman Wawancara

#### Pedoman Wawancara Key Informan

Nama: Ahmad Faqih Dzofiri

Jabatan: Pemilik Misora *Official Brand*

Umur: 35 Tahun

Indikator	Pertanyaan
1. Penggunaan Konten Tiktok	1. Konten seperti apa saja yang dibuat oleh Misora dan Bagaimana tahapan proses pembuatan konten tersebut?
	2. adakah jadwal tertentu untuk pembuatan dan upload konten setiap harinya?
	3. Langkah apa saja yang dilakukan misora untuk meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?
2. Kuantitas Penjualan	1. apakah konten tiktok memiliki tingkat efektifitas yang tinggi dalam meningkatkan kuantitas penjualan?
	2. Langkah apa saja yang dilakukan oleh Misora untuk meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?
	3. bagaimana perubahan kuantitas penjualan sebelum dan sesudah menggunakan konten tiktok?
3. Pemasaran Digital	1. mengapa misora memutuskan untuk melakukan pemasaran secara digital melalui konten tiktok?
	2. apakah metode pemasaran digital lebih efektif daripada metode pemasaran konvensional?
	3. sejauh ini <i>platform digital</i> apa yang memiliki tingkat penjualan paling tinggi?

## Pedoman Wawancara Informan Pertama

Nama: Finantia Yedasari

Jabatan: *Head Marketing*

Umur: 27 Tahun

Indikator	Pertanyaan
1. Penggunaan Konten Tiktok	1. Konten seperti apa saja yang dibuat oleh Misora dan Bagaimana tahapan proses pembuatan konten tersebut?
	2. adakah jadwal tertentu untuk pembuatan dan upload konten setiap harinya?
	3. Langkah apa saja yang dilakukan misora untuk meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?
2. Kuantitas Penjualan	1. bagaimana perubahan kuantitas penjualan sebelum dan sesudah menggunakan konten tiktok?
	2. apa penyebab terjadinya tidak ada peningkatan kuantitas penjualan di tiktok dari awal mula misora <i>official brand</i> terjun ke platform sosial media tiktok?
3. Pemasaran Digital	1. apakah metode pemasaran digital lebih efektif daripada metode pemasaran konvensional?
	2. sejauh ini platform digital apa yang memiliki tingkat penjualan paling tinggi?

## Pedoman Wawancara Informan Kedua

Nama: Rifaldi Yusuf

Jabatan: Marketing

Umur: 29 Tahun

Indikator	Pertanyaan
1. Penggunaan Konten Tiktok	1. mengapa konten dan akun dari misora <i>official brand</i> sangat sulit untuk berkembang?
	2. apakah konten tiktok ini memiliki tingkat efektifitas yang tinggi dalam meningkatkan kuantitas penjualan dari misora <i>official brand</i> ?
	3. Langkah apa saja yang dilakukan misora untuk meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?
2. Kuantitas Penjualan	1. apa saja kendala yang dihadapi oleh pihak marketing dalam meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?
	2. langkah apa saja yang dinilai efektif dalam meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?
3. Pemasaran Digital	1. apakah pemasaran digital melalui konten tiktok sudah efektif?
	2. apa saja langkah strategis yang harus dilakukan kedepannya dalam melakukan pemasaran <i>digital</i> melalui konten tiktok?

## Lampiran 2: Transkrip Wawancara

### TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut peneliti lampirkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara Bersama key informan dan informan penelitian, Adapun Transkrip wawancara tersebut adalah sebag

1. Key Informan  
Nama: Ahmad Faqih Dzofiri  
Jabatan: Pemilik *Misora Official Brand*  
Hari/Tanggal: 10 Juni 2023

Peneliti: Selamat malam pak Faqih

Faqih: Selatamat malam

Peneliti: ini merupakan sebuah kehormatan bagi saya untuk bisa mewawancarai pak Faqih secara langsung selaku *Owner* dari *Misora Official Brand*, Nah pada saat ini saya akan melakukan wawancara untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian saya sebagai salah satu syarat kelulusan saya untuk penyusunan skripsi, Adapun judul yang saya ambil yaitu penggunaan konten tiktok sebagai media pemasaran digital dalam meningkatkan kuantitas penjualan *Misora Official Brand*. Nah sebelum saya lanjut ke pertanyaan pertama boleh tolong jelaskan pak, nama lengkapnya mungkin umur dan jabatan bapak di *misora official brand* untuk mengetahui detail informan penelitian ini.

Faqih: okey, nama saya ahmad faqih dzofiri bisa dipanggil faqih disini saya sebagai *owner* ya dari *misora*

Peneliti: okey lanjut ke pertanyaan pertama, untuk pertanyaan pertama yaitu, konten seperti apa saja yang dibuat oleh *misora official brand* dan bagaimana tahapan dalam proses pembuatan konten?

Faqih: Oh untuk konten ya? Jadi sebelum membuat konten biasanya saya itu nyuruh bagian tim *marketing* untuk riset, karena itukan bagian dari tugas marketing untuk riset terlebih dahulu misalnya seperti, apa ajasih yang relevan untuk product kita terhadap audiens atau *niche market* kita. Terus lokasi pembuatan konten juga harus riset juga, misalkan kalo di dalam ruangan atau di dalam studio setnya seperti apa karena kan kita juga shoot itu kadang di luar atau kadang di studio. Terus juga kita harus riset *sound*, karena infonya kan *sound* itu berpengaruh juga ya, kita harus riset *sound-sound* yang lagi *viral* gitu kan yang lagi *nge-trend* supaya konten kita eee bisa punya banyak *views* dan *like*, nah itu ajasih.

Peneliti: oh okey-okey cukup serius juga ya nampaknya untuk proses dan tahapan pembuatan konten dari *misora official brand* ini, okey ka, untuk pertanyaan yang kedua, ada ga sih pak untuk jadwal tertentu untuk pembuatan dan *upload* konten setiap harinya?

Faqih: okey, untuk pembuatan konten tiktok ini kita udah nge-set ya biasanya saya target itu 3 konten untuk setiap minggunya, nah awal-awal memang serius nih apa hmm pembuatannya gitu. Tapi ko pas kita coba *review* lagi itu masih aga sepi gitu . nah sehingga kita untuk pembuatan kontennya ini juga lebih kita gali lagi untuk pasarnya sendiri seperti apa. Karena untuk konten tiktok ini, kadang yang ga kita seriusin itu rame gitu yang kita seriusin banget yang kita nge-set kadang biasa aja *viewsnya* itusih yang masih kita gali terus formulanya.

Peneliti: untuk pertanyaan selanjutnya, langkah apa ajasih yang dilakukan oleh misora *official brand* untuk meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?

Faqih: untuk langkah ya? Untuk langkah itu atau cara mungkin ya, udah banyak sih ya, udah berbagai cara kita lakuin. Seperti yang sudah saya sebutkan tadi tuh, saya memang maunya konten yang berkualitas terus bagus secara *audio* atau pengambilan *shoot* gambarnya atau visualnya jadi saya sendiri sebagai *owner* gamau setengah-setengah nah saya pengen bikin konten tuh sebaik mungkin. Waktu itu juga saya sempet *hire* karyawan untuk livestreaming dan mulai livestreaming itu setiap harinya di dua jam terus sempat juga Kerjasama dengan *content creator* atau *influencer* gitu kadang sistemnya kita bayar kadang juga sistemnya kita barter terus kita cek juga tuh performa dari video yang mereka upload nah itu juga salah satu caranya. Kita juga mulai merambah ke dunia yang lebih teknis lagi dalam artian kita tuh selain hanya *sound*, video kita juga mulai reset terkait *hashtag* (tagar) kita cari juga *hashtag* yang lagi *viral* dan berkaitan dengan *product* kita ini yaitu *body care* atau kecantikan, seperti itu.

Peneliti: pertanyaan selanjutnya, bagaimana perubahan kuantitas penjualan sebelum dan sesudah menggunakan konten tiktok?

Faqih: nah kalau ini sebenarnya aga membingungkan ya. Kenapa membingungkan? Saya sekalian cerita aja nih ya, jadi awalnya kan saya mencoba mengembangkan atau melebarkan sayap istilahnya ke tiktok. Dulunya kita fokus di shopee dan konvensional, Cuma gaada salahnya nih kita coba mulai merambah ke tiktok tapi walaupun kita merambah ke tiktok kita harus bener-sebener serius nih jangan setengah-setengah kan. Karena saya lihat kayanya ada peluang untuk berkembang di tiktok apalagi *product body care* biasanya cepet ya untuk perkembangannya, terutama Wanita kan cenderung lebih konsumtif untuk *product* kecantikan. Sepertinya bakal ada peluang nih untuk kita buka toko atau posting-posting di portal atau platform tiktok ini, tapi setelah saya terjun langsung ternyata algoritmanya itu ga ketebak ya, dulu menang harus ada soundnya tuh yang ini supaya *viral* saya sampe pilih-pilih banget kan tuh untuk soundnya yang kira-kira bakal *viral* tapi kadang dengan biasa aja *viewsnya* bisa banyak dan yang pakai sound viral justru ga terlalu ramai *traffiknya*. Jadi untuk saat ini saya lebih larikan ke *brand awareness* aja atau memperkenalkan *product* kita kepada khalayak atau kepada Masyarakat gitu, jadi kita kalau memposting itu kan ada yang tujuannya *brand awareness*, ada yang tujuannya sales kalau kita nih di tiktok ini kaya lebih ke *brand awareness* itu juga selain saya posting konten seperti *review* saya juga disitu ada memposting

untuk ajakan sebagai agen atau *re-seller* disitu juga kamu bisa lihat di postingan tiktoknya kita juga ada skemanya untuk agen dan *re-seller*. Nah dari postingan tiktok itu mulai tuh ada yang menghubungi tuh ada yang menanyakan bahwa gimana caranya untuk menjadi agen atau *re-seller*? Gitu kan, terus profitnya seperti apa? Perhitungannya seperti apa nah di postingan itu tuh ada semuanya. Jadi pokoknya untuk sekarang lebih kearah *brand awareness* ajasih dan informasi untuk misora inih tuh seperti iniloh, ajdi ya seperti itu.

Peneliti: pertanyaan selanjutnya, apasih alasan atau mengapa misora memutuskan untuk melakukan pemasaran *digital* menggunakan konten tiktok?

Faqih: nah itu seperti yang saya bilang kan, istilahnya kenapa misora terjun ke tiktok. Awalnya itu untuk meningkatkan kuantitas penjualan, awalnya gitu. Nah tapi gini, di *platform* tiktok itu bisa menyematkan *link marketplace* lain nah jadi kalo misalkan ada konsumen atau viewers yang melihat konten tiktok kita tapi tidak punya tiktokshop nah bisa tuh checkout menggunakan shopee. Dan kalau misalkan kita review kebelakang tiktok inikan masih lebih baru dibandingkan dengan shopee nah shopee tuh kan udah lebih awal, biasanya mereka (pelanggan) shopee tuh udah pada punya aplikasinya, nah di tiktok kan di bionya bisa menyematkan link shopee tuh jadi ada beberapa pelanggan, eh bukan beberapa sih jadi lumayan banyak juga yang meng-click ke sana dan close sales nya penjualannya di shopee gitu, karena seperti yang sudah saya bilang di shopee itu kita sudah lebih awal mulai di shopee dan bahkan ditambah dengan tiktok penjualannya udah ratusan bahkan hampir menyentuh 1000pcs itu yang *onlinenya* belum yang *offline* nya jadi mungkin orang itu lebih *trust* untuk beli di shopee karena disitu juga ada ada reviewnya dan testimoni-testimoninya udah lumayan banyak, jadi rata-rata orang melihat kontennya di tiktok tapi *closingnya* kebanyakannya di shopee hal lainnya mungkin karena shopee itu saya buat dari awal itu gratis ongkir ga melihat event kalau tiktok kan kadang-kadang dapet kadang-kadang engga tergantung tiktok ngasih promo atau engga atau hanya di momen-momen tertentu.

Peneliti: untuk pertanyaan selanjutnya, metode pemasaran *digital* ini lebih efektif dari metode pemasaran konvensional?

Faqih: nah kalau menanyakan tiktok efektif atau engganya sih tergantung, tujuan sih sebenarnya kalau untuk *brand awareness* ya jelas efektif lah karena jangkauannya kan lebih luas, tapi kalau sesuai judul yang mas adi teliti ini kayanya masih belum efektif sih tapi itu untuk penjualan ya. Kecuali untuk yang tadi itu yang saya jelaskan untuk *brand awareness* atau pengenalan itu lumayan yang akhirnya melek juga lumayan yang melihat postingan kita juga lumayan yang menanyakan yang seperti tadi yang ada ajakan untuk agen *reseller* juga lumayan tuh masuk tuh ke saya, nah terus ya memang da ebebrapa juga sih yang sempet *closing* juga di tiktok itu.

Peneliti: nah pertanyaan terakhir nih sebagai penutup, sejauh ini, *platform digital* apa yang memiliki tingkat penjualan paling tinggi?

Faqih: nah kalau untuk *platform digital* atau *marketplace* itu sejauh ini bagi misora ya shopee, nah fitur terbaru dari shopee juga ternyata bukan sekedar marketplace jadi untuk shopee juga ternyata bisa upload-upload konten disitu ada menunya, sejauh ini sih ya itu, shopee. Tapi shopee itu terbantu juga oleh konten-konten yang ada di tiktok karena orang lebih banyak membuka konten itu kan di tiktok ya tapi yaitu di tiktok saya sematkan juga disitu *link* shopeenya, seperti itu.

Peneliti: nah mungkin segitu saja pertanyaan dari saya, cukup membantu sangat membantu bahkan untuk data penelitian saya, terimakasih juga sudah meluangkan waktu untuk ngobrol secara langsung, dan ini merupakan sebuah kehormatan bagi saya terimakasih pak faqih

Faqih: sama-sama

## 2. Informan Penelitian

Nama: Finantia Yedasari

Jabatan: *Head Marketing*

Hari/Tanggal: 12 Juni 2023

Peneliti: Halo ka selamat malam, perkenalkan saya Adi Fikri dari Universitas Esa Unggul Fakultas Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Hubungan Masyarakat, Adapun alasan saya ingin mewawancarai ka adalah sebagai pemenuhan syarat atau tugas akhir saya untuk menuju kelulusan, seperti itu. Adapun judul skripsi yang ingin saya bahas dan saya teliti yaitu berjudul *Penggunaan Konten Tiktok Sebagai Media Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Kuantitas Penjualan Misora Official Brand*, Nah sebelum ke pertanyaan pertama saya ingin mengetahui nama ka dan jabatannya mungkin ya di misora ini sebagai apa sebagai informasi *detail* informan. Silahkan ka

Finantia: okey, baik perkenalkan nama saya Finantia di Misora ini saya bagian Marketingnya

Peneliti: Oh okey bagian *marketing* ya, saya lanjut ke pertanyaan pertama mungkin ya, untuk pertanyaan pertama, konten seperti apa saja sih ka yang dibuat oleh misora official brand dan bagaimana tahapan dalam pembuatan konten tersebut?

Finantia: okey baik, jadi untuk konten yang kita buat sebenarnya tuh macem-macem ya. Jadi kita buat konten tuh sesuai dengan *timeline* konten yang udah kita buat sebelumnya, dan sebenarnya persiapan kita sebelum membuat konten tuh banyak banget. Mulai dari riset, proses produksi konten sampai tahap pra produksi konten. Kita juga selalu memilih dan mempersiapkan konten yang bagus gitu untuk di upload karena *owner* kita itu juga pengen konten yang berkualitas. Tapi anehnya konten yang kita

produksi itu masih cenderung sepi, gatau ya kenapa. Mungkin algoritmanya jadi gabisa kita tebak.

Peneliti: oh okey, untuk pertanyaan kedua ka, ada ga sih jadwal tertentu untuk pembuatan konten dan *upload* konten setiap harinya?

Finantia: jadi untuk produksi dan pembuatan konten sih untuk awal-awal misora terjun ke tiktok tuh diwajibkan 3 video ya dalam seminggu, tapi setelah melihat perkembangan dari akun tiktok misora *owner* kita tuh mutusin untuk ga upload lagi. Karena biaya untuk pembuatan konten itu lumayan cukup besar ya, itu juga dikarenakan *owner* kita yang pengen membuat konten yang emang berkualitas. Jadi dia tuh lebih baik ga upload ketimbang *upload* video tapi kualitasnya kurang bagus kaya gitu

Peneliti: untuk pertanyaan ketiga nih ka, langkah apa ajasih yang dilakukan oleh misora untuk meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok:

Finantia: okey, jadi untuk langkahnya sih banyak banget ya yang udah kita coba, bikin konten hiburan, terus edukasi bahkan sampe bikin konten dengan kualitas audio dan visual yang bagus pun pernah gitu kita bikin bahkan kita pernah cross media promot, jadi kita kan aktif juga ya di Instagram jadi di Instagram kita informasikan bahwa kita juga adalah nih akun tiktok untuk misora. Untuk awal-awalnya sih banyak yang *follow* tapi untuk kesininya cenderung stagnan aja gitu. Kerjasama sama *influencer* pun pernah kita lakukan gitu ya, dan biayanya pun lumayan cukup besar, tapi ga begitu berpengaruh ka sesuai dengan ekspektasi kita.

Peneliti: untuk pertanyaan selanjutnya, bagaimana sih ka perubahan kuantitas penjualan sebelum dan sesudah menggunakan tiktok, apakah ada perubahan signifikan atau tidak?

Finantia: okey jadi gini ya, kalo untuk perbedaannya sih aga bingung ngejasinnya, jadi dari awal mula kita buat konten tiktok tuh product yang kita jual di tiktok tuh biasa dibidang sedikit bahkan ga sampe 10pcs untuk alasannya sih saya kurang paham ya, kemungkinan karena pelanggan atau dalam hal ini Masyarakat Indonesia itu lebih familiar aja degan tampilan dari shopee gitu tapi berkat tiktok penjualan di shopee kita naik ya dan penjualan offline kita juga naik. Bahkan ada beberapa agen baru yang Taunya tuh dari tiktok gitu ya awalnya sih ga terlalu pesat ya perkembangannya tapi tetep butuh proses yang Panjang.

Peneliti: wah lumayan ya, oh ternyata dari tiktok itu bisa berkembang ke yang lain juga ya ternyata, okey ka untuk pertanyaan selanjutnya, apa sih ka penyebab tidak adanya peningkatan kuantitas penjualan seperti yang kaka

sebutkan tadi dari awal misora *official brand* ini terjun ke tiktok, kira-kira alasannya tuh apa ya ka?

Finantia: untuk penyebabnya sih bisa banyak banget kemungkinan ya, tapi dari Analisa saya sisi *marketing* sih kayanya terjadi kendala di periklanannya atau di ads nya gitu, jadi untuk video kitab isa disebarluaskan ke banyak penonton tuh kita harus menggunakan ads itu dan kitasama sekali ga menggunakan itu, intinya sih kita salah strategi di awal mungkin ya, seharusnya kita bisa menyisihkan biaya gitu untuk *ads*. Akhirnya konten yang dihasilkan tuh kualitasnya bagustapi *views* dan jangkauan dari kontennya juga sedikit, dan ya hasilnya stuck disitu aja dan kita jadi jauh lebih ngandelin shopee sih untuk saat ini.

Peneliti, pertanyaan selanjutnya, apakah metode pemasaran digital melalui tiktok lebih efektif daripada metode pemasaran konvensional?

Finantia: oh iya, jelas lebih efektif. Karena yang terjadi di lapangan tuh kadang diluar Analisa kita ya sebagai marketing, selalu ada aja kemungkinan yang bisa terjadi yang niat awalnya kita bikin konten tiktok biar bisa meningkatkan kuantitas penjualan karena kalo kita jual lewat berbagai platform ya keuntungan kita akan semakin banyak, tapi nyatanya justru dengan adanya tiktok malah naikin kuantitas penjualan secara offline dan lewat shopee gitu, dan salah satu alesannya tiktok lebih efektif ketimbang konvensional yak arena jangkauannya ajasih yang lebih luas.

Peneliti: Sejauh ini *Platform digital* apa yang memiliki kuantitas penjualan tertinggi?

Finantia: sejauh ini ya shopee, karena shopee memang dari awal sebagai tombing utama kita dalam melakukan pemasaran *digital*, dan tiktok pada akhirnya sih hanya kita jadikan sebagai media informasi ajasih dan lebih mengarah ke *brand awareness* aja terlepas nanti calon pelanggan melakukan pembelian melalui *platform* apa ya saya ga begitu memusingkan sih kan yang paling penting *sales* nya.

Peneliti: *thank you* ya ka atas informasi yang sudah diberikan, data yang kaka berikan juga sangat lengkap untuk sebagai salah satu acuan dasar saya dalam penelitian ini

Finantia: baik terimakasih kembali.

### 3. Informan Penelitian

Nama: Rifaldi

Jabatan: *Marketing*

Hari/Tanggal: 12 Juni 2023

Peneliti: Selamat malam ka, mohon maaf sebelumnya telah mengganggu waktu kaka. Dan terimakasih juga telah menyempatkan waktunya, jadi saya akan mewawancari kaka untuk mendapatkan data yang saya butuhkan untuk penelitian saya sebagai syarat kelulusan, Adapun judul yang saya ambil dalam penelitian ini yaitu Penggunaan Konten Tiktok Sebagai Media Pemasaran *Digital* Dalam Meningkatkan Kuantitas Penjualan Misora *official brand*, sebelum saya berlanjut ke pertanyaan pertama, boleh perkenalkan diri dulu dan posisi kaka di misora itu sebagai apa, untul detail biodata informan aja sih ka, silahkan

Rifaldi: Oh iya salam kenal ya mas adi, emm saya Rifaldi dan di Misora ini saya sebagai *marketing* sih ya untuk saat ini

Peneliti: Sebelumnya saya telah me-wawancarai pak Faqih selaku *Owner* dari Misora ini, dan menurut beliau untuk perkembangan dari misora di tiktok ini cenderung stagnan, Kira-kira menurut mas Rifal kenapa akun dan konten tiktok dari misora ini sulit untuk berkembang?

Rifal: Sebenarnya untuk perkembangan akun di awal tuh cukup baik mas, Cuma setelah berjalan berapa bulan tuh ya saya juga lupa baru deh tuh mulai berasa gaada perkembangan, padahal kita sebenarnya udah bikin konten yang menghibur dan sesuai dengan target pasarnya misora. Kita juga memberikan edukasi juga di konten, tapi ya gitu masih aja sepi, saya juga selalu liat analisis akun kita kaya berapa banyak sih yang nonton, interaksinya bagus atau engga, terus *followersnya* nambah apa engga, pokonya saya selalu cek sih . tapi kalo alasan kenapa bisa sepi sih kayanya karena *owner* kita lebih fokusin ke penjualan di marketplace sih jadi dia *boost* iklan dan lain lainnya tuh di shopee kalo di tiktok owner kita sama sekali gapernah iklan, padahal kan iklan juga dibutuhkan gituloh di tikok

Peneliti: oh okey, tapi menurut mas rifal apakah tiktok ini memiliki efektifitas yang tinggi dalam meningkatkan kuantitas penjualan atau tidak?

Rifal: kalau bicara peluang harusnya sih bisa banget ya, kita bisa ambil contoh deh dari brand-brand lain, mereka bisa berkembang pesat gitu ya istilahnya gara-gara tiktok ini karena ya mungkin mereka punya strategi yang baik dan modal yang cukup juga untuk bisa meraih itu gituloh, tapi untuk di misora ini tiktok lebih efektif untuk *brand awareness* ajasih mas, jadi lebih kearah pengenalan dan informasi aja gitu ke pelanggan. Kalo untuk meningkatkan penjualan di tiktoknya sendiri sih masih belum ya

untuk saat ini. Jadi istilahnya saling melengkapi lah tiktok untuk brand awarenessnya marketplace shopee untuk *closingnya* gitu. Atau bahkan *closingnya* bisa *offline* karena order banyak kan.

Peneliti: Langkah apa saja yang dilakukan misora untuk meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?

Rifaldi: oh kalo untuk strateginya sih banyak ya mas, kita start dari awal tuh udah nyusun konten planning, kan kita seminggu 3 konten kan jadi kita udah bikin konten plannya tuh konten pun kita buat beragam sih kaya konten hiburan, edukasi, terus konten yang ngasih informasi juga pokonya sebisa mungkin dari kita sih usahain tuh kontennya bagus lah gitu, terus kita juga promosi di sosial media lain kaya di Instagram kita promosiin tiktok kita juga, ya pokonya banyak sih ya mas tapi tetep gitu aja perkembangan akun kitanya

Peneliti: . apa saja sih ka kendala yang dihadapi oleh pihak marketing dalam meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?

Rifaldi: untuk kendala sih lumayan ya mas haha, karena untuk menaikkan kuantitas penjualan di tiktok itu cukup sulit, selain karena algoritma yang beneran gabisa ditebak, terus biaya ads dan produksi konten juga cukup mahal. Jadi sebenarnya kalo mau produk kita dikenal atau penjualannya naik ya harus bakar uang dulu di awal untuk bayar *ads*. Nah itu juga yang kita sulitkan untuk koordinasi sama *owner*, takutnya nanti *owner* kita udah bakar uang tapi ternyata tetep ga *works* kan sayang juga gituloh jadi yaudah kita maksimalin dengan sebisa kita aja akhirnya”

Peneliti: oke pertanyaan selanjutnya ya ka, langkah apa saja sih yang dinilai efektif dalam meningkatkan kuantitas penjualan melalui konten tiktok?

Rifaldi: kalo dari segi *views* sih konten yang punya *hook* video cukup bagus kaya adutuh video kita ada yang penen daki nah itutuh rame yang nonton tembus 16rb an penonton deh kalo gasalah coba mas adi nanti cek lagi, dan yang kedua tuh yang informatif lah kaya ngasih bahan apa aja sih yang ada di produk kita nah kayanya sih penonton kita tuh penasaran sama bahannya jadi nonton sampe habis dan lumayan banyak juga yang nonton, dan kayanya dari video itu juga sih banyak yang *closing* ke shoope. Gitu sih mas

Peneliti: oiya menurut mas apakah pemasaran digital melalui konten tiktok sudah efektif?

Rifaldi: nah kalo itu tergantung sih menurut saya, acuan efektifnya tuh apa gitu, tapi kalo tingkat efektifitasnya berdasarkan kuantitas penjualan atau jumlah sales gitu ya itu ga efektif sama sekali sih mas karena dari tahun 2022 kemarin ya pokonya udah setengah hampir setahun lah ya itutuh

*salesnya* masih dibawah 10pcs mas bayangin, tapi kalo ukurannya *brand awareness* sih ya efektif banget sih ya sejauh ini.

Peneliti: pertanyaan terakhir nih mas sekaligus pertanyaan penutup, menurut mas apa saja langkah strategis yang harus dilakukan kedepannya dalam melakukan pemasaran digital melalui konten tiktok?

Rifaldi: wah udah nih mas pertanyaan terakhir? Saya masih siap loh haha, tapi untuk pertanyaan terakhir ini sih saya Cuma bisa berharap untuk bisa *hire ads specialist* mungkin ya dan mulai pasang *ads* gitu karena menurut saya sayang ajasih konten kita udah bagus tapi ga di suntik ads tuh sayang aja gitu, terus sama konsistensi aja sih mas mungkin nanti kedepannya pihak marketing harus lebih konsisten lagi buat bikin konten sama livestreaming udah sih mas itu aja menurut saya karena kunci dari semuanya kan konsisten ya mas? Setuju ga?

Peneliti: iya mas betul haha, oke deh ka terimakasih banyak ya sudah mau saya repotkan untuk jadi informan penelitian saya dan data yang mas berikan juga cukup lengkap untuk saya jadikan sebagai acuan penulisan skripsi saya, sekali lagi terimakasih ya ka

Rifaldi: baik mas sama-sama senang bisa membantu dan semoga cepet selesai ya skripsiannya

Peneliti: haha baik mas, amiin-amiin



**(Foto Bersama Dengan Informan Pertama)**



**(Foto Bersama Dengan Key Informan)**



**(Waktu Upload Konten Terakhir Di Akun Misora Official Brand)**



**(Logo Misora Official Brand)**



(Foto Produk Misora Official Brand, *Body Brightening Serum Peeling Spray*)



(Foto Produk Misora Official Brand, *Glow Whiting Body Serum*)



(Foto Paket *Bundling Misora Official Brand, Body Brightening Serum Peeling Spray dan Glow Whitening Body Serum*)



(Model Foto Misora *Official Brand*)



(Screen Shot Sosial Media Instagram dari Model foto Misora *Official Brand*)



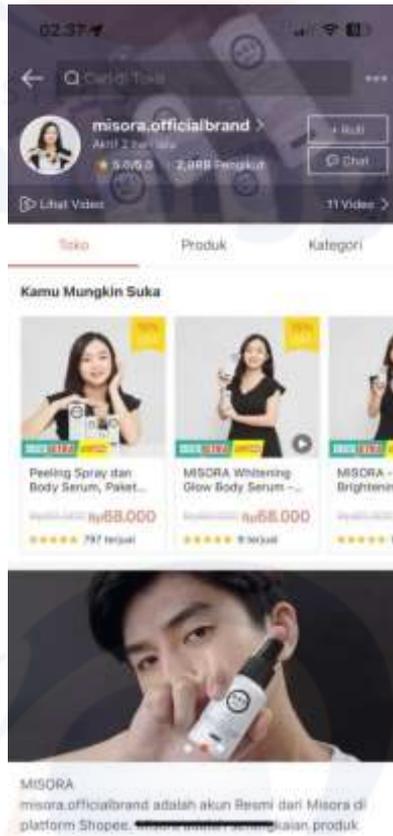
(Konten *Key Opinion Leader (KOL)* Misora *Official Brand*)



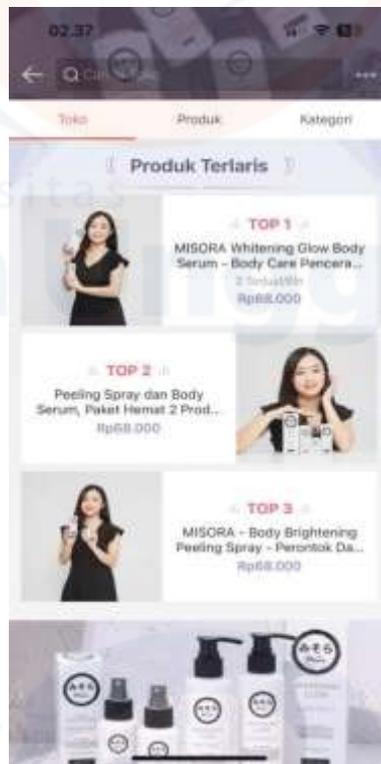
(Screen Shoot Akun tiktok KOL Misora *Official Brand*)



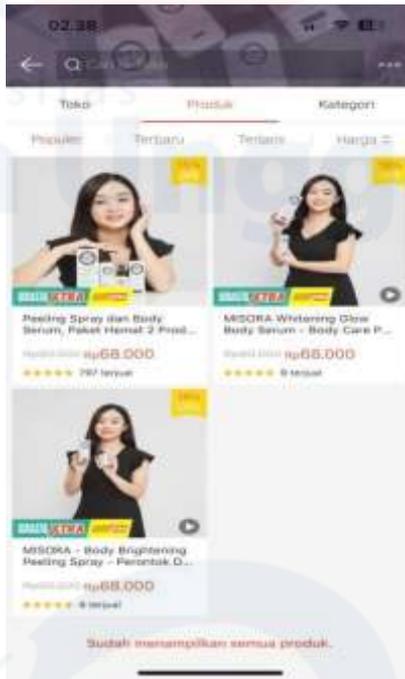
(Hasil Dokumentasi Pada Akun Tiktok Misora *Official Brand*)



(Hasil Dokumentasi Akun Shopee Misora *Official Brand*)



(Hasil Dokumentasi Pada Akun Shoope Misora *Official Brand*)



(Hasil Dokumentasi Pada Akun Shopee Misora *Official Brand*)