

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jejaring sosial telah mengubah cara orang berkomunikasi dan akibatnya, *brand* komunikasi juga ikut berubah. Pertumbuhan besar yang dialami medium ini disebabkan oleh efektivitasnya, karena memungkinkan interaksi dengan publik dan berempati terhadap mereka.

Saat ini, jumlah merek yang beriklan di platform-platform ini semakin meningkat, dengan Instagram menjadi favorit. Namun, lingkungan sektor periklanan terus berubah dan berkembang. Apa yang sedang tren hari ini mungkin tidak akan tren besok, dan *brand* harus menyadari hal tersebut.

TikTok diluncurkan pada tahun 2016, dan merupakan kesuksesan mutlak di Internet; pada tahun 2019, jumlah unduhan melebihi 1,5 miliar, melampaui Instagram dan bergabung dalam daftar aplikasi paling banyak diunduh pada dekade tersebut [1].

Saat ini, pemasaran media sosial (SMM) merupakan salah satu segmen dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Ini merupakan suatu arah yang tidak dapat dipungkiri dalam tren pemasaran *online*; oleh karena itu, perusahaan harus menyesuaikan strategi mereka dengan skenario baru ini.

Pemasaran media sosial adalah strategi di mana kita dapat menggunakan jejaring sosial utama sebagai alat untuk mempromosikan sebuah merek, produk, atau layanan. Tentu saja, mungkin juga menggunakan saluran ini untuk beberapa tindakan lain, seperti menciptakan saluran layanan pelanggan; tetapi dalam hal ini, tujuan utamanya adalah untuk mempromosikan produk dan layanan.

TikTok tidak hanya media untuk berbagi video tetapi juga dapat digunakan untuk media promosi dan pengiklanan produk untuk memperluas pasar. Umumnya dilakukan dengan membuat kesepakatan dengan pemilik akun dari seorang tokoh yang memiliki banyak pengikut untuk menerbitkan produk yang akan dipasarkan, hal ini sering disebut dengan istilah *endorsement*. *Endorsment* produk pada TikTok telah lama dilakukan dan telah

menjadi salah satu jalan yang baik untuk mempromosikan jasa atau produk. Akan tetapi dengan banyaknya akun TikTok yang ada orang cenderung memilih akun untuk *endorse* berdasarkan banyaknya jumlah *follower*-nya saja dan menghiraukan parameter lain. Akibatnya *endorse* yang dilakukan dikhawatirkan tidak maksimal karena jumlah *follower* yang dimiliki bisa jadi adalah *fake follower* atau bukan akun aktif atau hasil beli *follower*.

Didasarkan dari masalah tersebut dibutuhkan suatu sistem yang dapat mendukung keputusan dalam menentukan akun *endorse* yang tepat pada TikTok berdasarkan parameter yang sesuai. Pada penelitian ini, peneliti mencoba memanfaatkan metode *Preference Ranking Organization Method For Enrichment Evaluation* (PROMETHEE) sebagai metode pengambilan keputusan karena dengan teknik ini bisa membantu menghitung dan memberikan peringkat sesuai dengan nilai kriteria dari setiap alternatif akun-akun yang diperhitungkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan sebelumnya, maka diperoleh perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat sebuah sistem pendukung keputusan untuk pemilihan akun *endorse* pada TikTok?
2. Bagaimana menerapkan metode PROMETHEE pada aplikasi sistem pendukung keputusan pemilihan akun *endorse* di TikTok?

1.3 Batasan Masalah

Dalam perancangan dan pembuatan Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Akun *Endorse* ini terdapat beberapa batasan dalam pembuatan yaitu sebagai berikut.

1. Aplikasi yang digunakan adalah Visual Studio Code dan SQL. Dengan bahasa pemrograman Python, HTML, CSS dan Java. Dan dengan framework flask 2.2.5.
2. Data kriteria yang dipakai di penelitian ini sebatas : total *follower*, total *likes*, rata-rata *views*, rata-rata *likes*, rata-rata *shares*, *overall engagement*, *likes rate*, *shares rate* dan estimasi harga.
3. Data yang diambil dari penelitian ini yaitu data dari *website* Countik.

1.4 Tujuan

Kegiatan penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan sebagai berikut :

1. Membuat sistem yang dapat memasukkan data dari akun TikTok.
2. Membuat sistem yang dapat melakukan pemeringkatan akun TikTok untuk *endorse* dari hasil perhitungan berdasarkan parameter yang telah ditentukan dengan metode PROMETHEE.
3. Membuat sistem pendukung keputusan untuk pemilihan akun *endorse* pada TikTok.

1.5 Manfaat

1. Dengan adanya sistem ini penyewa dapat memeringkatkan akun-akun TikTok yang ingin diminta untuk mempromosikan berdasarkan hasil perhitungan metode PROMETHEE.
2. Dengan adanya sistem ini dapat membantu bisnis masyarakat yang ingin memilih *influencer* TikTok yang lebih baik untuk mempromosikan produknya.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan skripsi ini dibuat untuk menyajikan gambaran umum tentang aplikasi pendukung keputusan yang akan dirancang :

BAB I PENDAHULUAN : Menguraikan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, waktu dan tempat pelaksanaan, ruang lingkup, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA : Berisikan tentang teori sebagai dasar ilmu yang digunakan untuk merancang sistem pendukung keputusan menggunakan metode PROMETHEE.

BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN: Berisi penjelasan analisis kebutuhan baik fungsional maupun non-fungsional serta penjelasan perancangan - perancangan yang dibutuhkan untuk membangun sistem.

BAB IV IMPELENTASI DAN PENGUJIAN : Berisi hasil yang telah dikerjakan dan pengujian sistem.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN : Berisi kesimpulan dan saran