

Pemahaman dan Gelagat Pembelian Produk Viral di TikTok dalam Kalangan Golongan Muda di Malaysia: Tinjauan Sistematis

Muhammad Hafiz Ab Hamid
Wardatul Hayat Adnan*
Universiti Teknologi MARA, Malaysia

Email perhubungan: wardatul@uitm.edu.my*

Abstrak

Kajian ini bertujuan untuk memahami bagaimana ciri-ciri TikTok dari sudut komunikasi pemasaran akan dapat mempengaruhi gelagat pembelian pengguna dan cara, peluang serta cabaran baharu untuk jenama yang viral, kerana interaksi media sosial mempunyai kesan yang besar terhadap keputusan pembelian. TikTok menawarkan lebih banyak ciri interaktif daripada Instagram, membolehkan pengguna bekerjasama dalam penciptaan dan perkongsian video. Ciri interaktif ini membolehkan pengguna mempamerkan bakat dan kebolehan mereka untuk mendapatkan perhatian tambahan. Kajian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana gelagat pembelian pengguna TikTok terhadap produk viral di kalangan remaja di Malaysia. Kajian ini menggunakan Item Pelaporan Pilihan untuk Kajian Sistematis dan Analisis Meta (PRISMA) berdasarkan artikel dalam pangkalan data Google Scholar. Kebanyakan artikel menunjukkan hubungan positif produk viral akan dapat memperoleh pembelian pengguna. Penemuan menunjukkan bahawa TikTok telah mula mendapat populariti di Malaysia sebagai alat pemasaran untuk mempromosikan produk/perniagaan. Dengan kata lain, masa depan jenama atau perniagaan yang viral adalah lebih cerah dengan bantuan promosi dalam talian. Ia menunjukkan bahawa lebih banyak penglibatan dan interaksi dalam kalangan pengguna memberi kesan positif kepada niat mereka untuk membeli. Kajian ini juga mendapati bahawa gelagat pembelian pengguna TikTok memberi impak yang ketara oleh video yang mereka dedahkan. Daya tarikan TikTok kepada remaja kekal kuat kerana ia menyediakan ruang untuk mereka berhubung antara satu sama lain dan meluahkan emosi mereka. Jenama dan perniagaan mesti merebut peluang ini untuk mempromosikan produk dan perkhidmatan mereka di TikTok melalui iklan video pendek yang relevan dan tepat pada masanya kerana pengguna remaja adalah bersemangat dan terbuka tentang minat dan pilihan mereka.

Kata kunci: Tiktok, Gelagat Pembelian, Produk Viral, Remaja, Malaysia