

***DIGITAL STORYTELLING* MELALUI MEDIA SOSIAL  
TIKTOK DALAM PROMOSI KULINER BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Mae Manah**

**201810415042**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : *Digital Storytelling* Melalui Media Sosial  
TikTok Dalam Promosi Kuliner Bekasi

Nama Mahasiswa : Mae Manah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415042

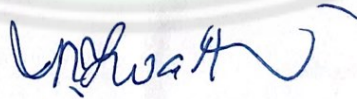
Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum

NIDN. 323057006

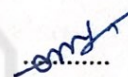
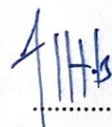
## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Digital Storytelling* Melalui Media Sosial TikTok  
Dalam Promosi Kuliner Bekasi  
Nama Mahasiswa : Mae Manah  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415042  
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 02 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN. 0329068301  
Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum  
NIDN. 323057006  
Sekretaris Penguji : Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si  
NIDN. 0312079501



MENGETAHUI,

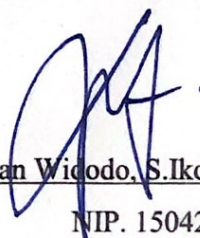
Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si  
NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.kom., M.I.Kom  
NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul ***Digital Storytelling Melalui Media Sosial TikTok Dalam Promosi Kuliner Bekasi*** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 09 Februari 2023



**Mac Manah**

**201810415042**

## ABSTRAK

**Mae Manah, 201810415042.** *Digital Storytelling* Melalui Media Sosial TikTok Dalam Promosi Kuliner Bekasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *digital storytelling* yang dilakukan oleh akun TikTok @kuliner\_bks dalam kegiatan promosi kuliner Bekasi. Penelitian ini menggunakan analisis media siber, kemudian dibahas dengan model AISAS dan konsep G.R.E.A.T. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan, media sosial TikTok @kuliner\_bks terbangun sebuah interaktivitas antar penggunanya. Dalam memaksimalkan interaktivitas yang telah tercipta, akun TikTok @kuliner\_bks sebagai penyedia jasa *paid promote* menggunakan penerapan *digital storytelling* pada aktivitas promosinya. Penerapan *digital storytelling* akun TikTok @kuliner\_bks berhasil menarik perhatian dan ketertarikan *tenant (client)* untuk melakukan kerja sama dengan akun TikTok @kuliner\_bks. Penerapan *digital storytelling* akun TikTok @kuliner\_bks juga melahirkan pengalaman positif dari *tenant*, yakni adanya kepuasan dan keuntungan, hingga tercipta peningkatan penjualan pada kuliner yang telah dipromosikan.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran Digital, *Digital Storytelling*, TikTok, Kuliner

## **ABSTRACT**

**Mae Manah, 201810415042.** *Digital Storytelling Through Social Media TikTok in Bekasi Culinary Promotion.*

*This study aims to find out how digital storytelling is implemented by TikTok account @kuliner\_bks in Bekasi culinary promotion activities. This study used cyber media analysis, then discusses the AISAS model and concept of G.R.E.A.T. This type of research is qualitative with a case study method. The result of this study show that social media TikTok @kuliner\_bks builds interactivity between user. In maximizing the interactivity that has been created, TikTok account @kuliner\_bks as a paid promote service provider used the application of digital storytelling in its promotional activities. The application of digital storytelling on TikTok @kuliner\_bks account has succeeded in attracting the attention and interest of tenants (clients) to collaborate with the @kuliner\_bks TikTok account. The application of digital storytelling on TikTok @kuliner\_bks account has also given rise to positive experience from tenant, namely satisfaction and profit, result an increase in sales of the culinary delight that have been promoted.*

**Keywords:** *Digital Marketing Communication, Digital Storytelling, TikTok, Culinary*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT. yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat *digital storytelling* pada media sosial TikTok dalam promosi kuliner. Sehingga tersusun penulisan ini yang berjudul “*Digital Storytelling Melalui Media Sosial TikTok Dalam Promosi Kuliner*”.

Tentunya skripsi ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya dukungan dan doa dari pihak-pihak yang terlibat. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT. terima kasih kepada orang tua saya Ibu Nurhayati dan Bapak Jahrudin, yang senantiasa mendoakan saya dalam setiap doa yang terpanjatkan. Ucapan terima kasih juga tak luput kepada orang-orang yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan segala dukungan kepada penulis. Selanjutnya penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

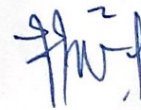
1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan evaluasi kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini tanpa lelah. Terima kasih atas segala ilmu dan motivasi yang telah diberikan.
5. Kakak-kakak saya tersayang, Agus Merdeka Wanto, Febri Hadi Kusuma Wijaya, Tini Agustini, Risma Gustriyani, serta seluruh keluarga yang senantiasa mendoakan, mendukung, dan memberikan motivasi kepada peneliti hingga saat ini.

6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu peneliti membuat skripsi ini.
7. Tim akun TikTok @kuliner\_bks Putri dan Nadya yang telah bersedia menjadi subjek penelitian saya. Serta pemilik tenant Vinda dan Ikbal, yang telah bersedia menjadi informan pendukung dalam penelitian ini.
8. Danandaya Arya Putra, teman terbaik saya yang senantiasa memberi dukungan, semangat, dan motivasi melalui kalimat-kalimatnya yang terkadang harus saya telah beberapa kali, namun sangat berarti. Terima kasih, telah menjadi tempat ternyaman untuk sambat perihal skripsi ini.
9. Rininda Chusnul Chotimah, sebagai teman seperjuangan terbaik saya dari awal masuk kuliah hingga selesai bersama-sama. Terima kasih sudah bertahan dan saling menguatkan.
10. Isni, Ria, Annisah, Wahyu, Kak Iki, Okoy, Ripay, Umi April, Zakia, Halimah, serta teman-teman grup banner MI Chat. Terima kasih telah menjadi teman yang selalu memberi bantuan, saran, dan dukungan untuk peneliti, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri saya dan orang lain. Namun, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu kritik dan saran sangat peneliti butuhkan demi penelitian yang lebih baik dalam bidang Ilmu Komunikasi dimasa yang akan datang.

Jakarta, 09 Februari 2023

Penulis,



**Mae Manah**

**201810415042**



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Permasalahan .....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4. Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1 Manfaat Akademis .....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Kerangka Konsep .....	15

2.2.1.	Model AISAS.....	15
2.2.2.	<i>Digital Marketing</i> .....	17
2.2.3.	<i>Social Media</i> .....	18
2.2.4.	<i>Social Media Marketing</i> .....	19
2.2.5.	<i>Paid Promote</i> .....	21
2.2.6.	TikTok Sebagai Media Promosi .....	22
2.2.6.	<i>Digital Storytelling</i> .....	27
2.3.	Kerangka Pemikiran .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>32</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	32
3.2.	Metode Penelitian.....	32
3.3.	Informan Penelitian .....	33
3.4.	Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5.	Teknik Analisis Data .....	34
3.6.	Keabsahan Data/Triangulasi.....	35
3.7.	Perencanaan Penelitian.....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	38
4.1.1.	Gambaran Umum Akun TikTok @Kuliner_bks.....	38
4.1.2.	Hasil Temuan .....	39
4.2.	Pembahasan .....	50
4.2.1.	Model AISAS.....	51
4.2.2.	G.R.E.A.T .....	59
4.2.2.	Analisis Silang Model AISAS dan Konsep G.R.E.A.T. ....	63
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>94</b>
5.1.	Simpulan.....	94

5.2. Saran.....	95
5.2.1. Saran Akademis .....	95
5.2.2. Saran Praktis .....	95

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1. Analisis Media Siber .....	35
Tabel 3.2. Perencanaan Penelitian .....	36
Tabel 4.1. Konten Akun TikTok @kuliner_bks periode 24 Juni - 30 Juni 2022..	43
Tabel 4.2. Komentar di Akun TikTok @kuliner_bks .....	46
Tabel 4.3. Implementasi Model AISAS .....	58
Tabel 4.4. Kalimat Reward Pada Unggahan Akun Kuliner_bks .....	67
Tabel 4.5. Perbedaan Unggahan Menggunakan Kalimat Reward .....	68
Tabel 4.6. Komunikasi Non Verbal Pada akun TikTok @kuliner_bks .....	71
Tabel 4.7. Analisis Silang Model AISAS dan Konsep G.R.E.A.T. ....	90



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2021 .....	2
Gambar 1.2. Unduhan Aplikasi Terbanyak Secara Global .....	3
Gambar 1.3. Akun TikTok @kuliner_bks .....	5
Gambar 2.1. Model AISAS .....	16
Gambar 4.1. Logo Kuliner Bekasi .....	38
Gambar 4.2. Profil Akun TikTok @kuliner_bks .....	41
Gambar 4.3. <i>Viewers</i> Akun TikTok @kuliner_bks .....	55
Gambar 4.4. Komentar dengan Mention pada Akun TikTok @kuliner_bks.....	58
Gambar 4.5. <i>Headline</i> pada unggahan akun TikTok @kuliner_bks.....	64
Gambar 4.6. Ekspresi Wajah <i>Talent</i> Akun TikTok @kuliner_bks .....	66
Gambar 4.7. Jangkauan <i>Audiens</i> Akun TikTok @kuliner_bks.....	75
Gambar 4.8. Visualisasi Nama dan Lokasi Kuliner yang Dipromosikan .....	83
Gambar 4.9. Human Interest Pada Akun TikTok @kuliner_bks.....	88



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	30
Bagan 4.1. Artefak Budaya Akun TikTok @kuliner_bks.....	89



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2. Reduksi Hasil Wawancara & Transkrip Wawancara

Lampiran 3. Dokumentasi

Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 5. Form Perbaikan

