

**ANALISIS KONTEN KOMUNIKASI PEMASARAN ERIGO
INDONESIA MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Oleh:

Salwa salsabila

201810415203



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Konten Komunikasi Pemasaran Erigo
Indonesia Melalui Media Sosial TikTok

Nama Mahasiswa : Salwa Salsabila

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415203

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 01 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing



Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom
NIDN 0303108001

LEMBAR PENGESAHAN

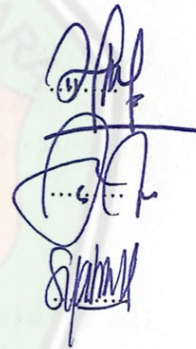
Judul Skripsi : Analisis Konten Komunikasi Pemasaran Erigo
Indonesia Melalui Media Sosial TikTok

Nama Mahasiswa : Salwa Salsabila
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415203
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian : Rabu, 01 Februari 2023

Jakarta, 09 Februari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Hani Astuti.S. Sos. M.I.Kom
NIDN. 0319048601
Penguji : Saeful Mujab. S.Sos. M.I.Kom
NIDN. 0303108001
Sekretaris Penguji : Syaharul Hidayanto. S.Sos. M.Si
NIDN. 0319059501



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Dekan

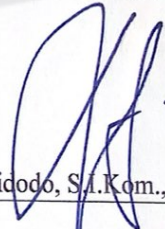
Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi



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

NIP 2109527



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP 1504222

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan hidayah serta rahmatNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan. Dengan selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari Bapak Moh. Syaifudin dan Ibu Rohilah yang selalu memberikan doa serta semangat, sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M 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.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Saeful Mujab, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi yang telah memeberikan bimbingan, saran, serta dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom. dan ibu Fina Zahra, S.Sn., M.A selaku Dosen Pembimbing Proposal sebelumnya telah memberikan bimbingan, saran, serta dukungan kepada penulis sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu.
7. Teman-teman seperjuangan, Ridzki Tri Handayani, Elvira Mauliyadina, Marisa Witanti, Salwa Salsabila, Hasti Sekartiara, Safira Salsabil, Erli Alifah, Nina Rizqy Aulia, Leoni Alfionita, Vika Nuranastya yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.
8. Rekan dan teman-teman lain, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu-satu.

Jakarta, 09 Februari 2023

Penulis,



Salwa Salsabila

201810415203



LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya mengatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Analisis Konten Komunikasi Pemasaran Erigo Indonesia Melalui Media Sosial TikTok*, 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 dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila 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

Yang membuat pernyataan,



Salwa Salsabila

201810415203

ABSTRAK

Nama : Salwa Salsabila, NPM : 201810415203, Judul Skripsi : Analisis Konten Komunikasi Pemasaran Erigo Indonesia di Media Sosial TikTok. Pemasaran Media sosial adalah aktivitas jual beli yang menggunakan Internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan aktivitas pemasaran tradisional. Penggunaan media sosial dalam pemasaran produk saat ini sedang banyak diminati oleh berbagai pelaku bisnis untuk menarik pengguna agar membeli produk. Salah satunya koleksi pakaian Erigo di platform media sosial TikTok @erigo.store. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten komunikasi pemasaran yang dilakukan erigo indonesia di media sosial tiktok dengan menggunakan tentu kosep content marketing. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis konten deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik penggumpulan data melalui observasi, studi pustaka, dokumentasi dan wawancara sebagai pendukung. Berdasarkan hasil analisis, penulis menemukan dan menganalisis empat konten dengan menggunakan empat unsur dari konsep konten marketing yaitu, edukasi, informasi, menghibur dan kepercayaan. Selain itu, ada lima konten mengenai strategi komunikasi pemasaran di media sosial TikTok yaitu, hashtag, mengikuti trend, melakukan kolaborasi dengan influencer, memberikan deskripsi, sering memposting video konten.

Kata kunci : Content, Komunikasi Pemasaran, TikTok @erigo.store.

ABSTRACT

Name : Salwa Salsabila, NPM : 201810415203, Thesis Title : Content Analysis of Erigo's Marketing Communication on Tiktok Social Media. Social media marketing is a buying and selling activity that uses the Internet and information technology to extend and enhance traditional marketing activities. The use of social media in product marketing is currently in great demand by various business people to attract users to buy products. One of them is the Erigo clothing collection on the social media platform Tiktok @erigo.store. This study aims to find out how content marketing communications are carried out by Erigo Indonesia on social media Tiktok using Content Marketing Draft. In this study the authors used a qualitative descriptive content analysis method using data collection techniques through observation, literature study, documentation and interviews as support. Based on the results of the analysis, the authors found and analyzed four content by using the four elements of content marketing draft namely, education, information, entertainment and trust. In addition, there are five contents regarding marketing communication strategies on social media, namely, hashtags, following trends, collaborating with influencers, providing descriptions, frequently posting video content.

Keywords:Content, Marketing Communication, Social Media TikTok,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Teoritis	9
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Konsep	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	17

2.3 Media Sosial (Sosial Media)	18
2.3.1 Media Sosial TikTok	20
2.4 Pengertian Konten di Media Sosial	20
2.5 Landasan Konsep	21
2.5.1 Content Marketing	22
2.5.2 Unsur-unsur Content Marketing	22
2.6 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Paradigma Penelitian	24
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Metode Penelitian	25
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Teknik Analisis Data	27
3.7 Teknik Keabsahan Data	28
3.8 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Hasil Penelitian	30
4.1.1 Gambaran Umum Erigo dan Tiktok Erigo	30
4.1.2 Profil Informan	31
4.1.3 Analisis Konten Komunikasi Pemasaran Erigo Indonesia di Media Sosial TikTok Dengan Menggunakan Konsep Konten Marketing	32
4.1.4 Komunikasi Pemasaran Erigo di Media Sosial TikTok	46
4.2 Pembahasan	55
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 4. 1 Profil Informan	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengeluaran pada ecommerce berdasarkan kategori 2021	1
Gambar 1. 2 Data gambar lokal terpopuler kategori pakain	3
Gambar 1. 3 Erigo di acara New York Fashion Week.....	4
Gambar 1. 4 Jumlah Negara Pengguna Instagram Terbanyak.....	7
Gambar 1. 5 Profil Media Sosial TikTok Erigo.....	8
Gambar 4.1 Belajar dari Ahlinya dan Kolom Komentar 2022	33
Gambar 4.2 Cek Live Sekarang 2022	34
Gambar 4.3 Buruan Cek Live Sekarang Jangan Sampai Ketinggalan Nanti Kehabisan dan Kolom Komentar 2022.....	35
Gambar 4.4 Foto Simple aja dan Kolom Komentar 2022.....	36
Gambar 4.5 Jangan Sampai Kehabisan 2022.....	37
Gambar 4.6 Jangan Sampai Ketinggalan Live 2022.....	38
Gambar 4.7 Join Live Erigo 2022	39
Gambar 4.8 Challenge Yang dilakukan Refal Hady 2022	39
Gambar 4.9 Gombalin Anya Geraldine dan Kolom Komentar 2022	40
Gambar 4.10 Angga Yunanda Nyamar di Booth Erigo 2022	41
Gambar 4.11 Abangnya Pasrah Banget	41
Gambar 4.12 Review produk Knitwer Erigo 2022	42
Gambar 4.13 Review 2022	43
Gambar 4.15 Review Jacquard Jacket 2022	44
Gambar 4.16 Hastag Erigo di TikTok 2022	47
Gambar 4.17 Erigo Membagikan Konten Uus yang Mengikuti Trend 2022	48
Gambar 4.18 Erigo Melakukan Kolaborasi dengan Artis 2022	49

Gambar 4.19 Erigo Menjelaskan Produk Secara Live 2022	51
Gambar 4.20 Erigo Mengupload Konten dengan Iklan 2022	52
Gambar 4.21 T-Shirt Basic 2022	59
Gambar 4.22 Even Crew di Seluruh Indonesia 2022	60
Gambar 4.23TikTok Sale Up To 70%	61



DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	23
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2 : Dokumentasi

LAMPIRAN 3 : Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 4 : Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 5 : Form Perbaikan

