

**APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN**

(Studi Kualitatif pada Fashion Lokapasar Berrybenka)

SKRIPSI

Oleh:

ROFIQOH ISNAINI

201910415363



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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk
Meningkatkan Penjualan (Studi Kualitatif pada
Fashion Lokapasar Berrybenka)

Nama Mahasiswa : Rofiqoh Isnaini

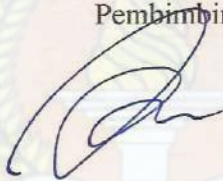
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415363

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing


Azhar Irfansyah, S.I.P., M.A
NIP 0308108905

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kualitatif pada Fashion Lokapasar Berrybenka)

Nama Mahasiswa : Rofiqoh Isnaini

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415363

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom

NIDN : 0329068301

Penguji : Azhar Irfansyah, S.I.P., M.A

NIDN : 0308108905

Sekretaris Penguji : Fina Zahra, S.Sn., M.A

NIDN : 0309059203

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

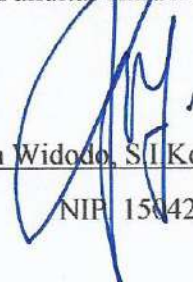


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.

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 Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kualitatif Pada Fashion Lokapasar Berrybenka) 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 di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. 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, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Rofiqoh Isnaini

201910415363

ABSTRAK

Rofiqoh Isnaini. 201910415363. Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kualitatif Pada Fashion Lokapasar Berrybenka). Perkembangan fashion di Indonesia ini membuat para pembisnis berlomba untuk mengikuti tren yang sedang berkembang. Para pembisnis harus lebih kreatif dan selalui mengikuti perkembangan zaman dalam melakukan promosi agar bisnisnya dapat dikenal masyarakat luas. Karena yang tadinya hanya melakukan penjualan di pasar atau *offline store* kemudian beralih menggunakan *online shop* untuk mempromosikan / menjualkan produknya melalui media sosial. Salah satu akun yang menjual fashion dan aksesoris dalam menggunakan media sosial Tiktok yaitu akun @berrybenka. Berrybenka memanfaatkan aplikasi tiktok dengan nama @berrybenkaofficial untuk mempromosikan barangnya sesuai dengan tren yang sedang berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aplikasi Tiktok sebagai media promosi oleh akun Berrybenka, dengan menjabarkan fitur-fitur yang ada pada Tiktok, strategi promosi, dan juga menggunakan teori polimedia.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif. Teknik pengolahan data penelitian dibagi menjadi dua yaitu primer dan data sekunder, pengumpulan data tersebut melalui observasi, penelusuran data online, dan dokumentasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Berrybenka memanfaatkan aplikasi Tiktok dalam mempromosikan produknya dengan menggunakan fitur-fitur pada Tiktok dan strategi promosi.

Kata Kunci : Tiktok, Media Promosi, Teori Polimedia

ABSTRACT

Rofiqoh Isnaini. 201910415363. Tiktok Application as a Promotional Media to Increase Sales (Qualitative Study on Fashion Workshop Berrybenka). The development of fashion in Indonesia has made business people compete to follow the trend that is currently developing. Business people must be more creative and always keep up with the times in doing promotions so that their business can be known by the wider community. Because those who previously only made sales in markets or offline stores then switched to using online shops to promote / sell their products through social media. One account that sells fashion and accessories using the Tiktok social media is the @berrybenka account. Berrybenka uses the tiktok application with the name @berrybenkaofficial to promote their goods according to the growing trend.

This study aims to find out how Tiktok is used as a media promotion by the Berrybenka account, by describing the features that exist on Tiktok, promotion strategies, and also using polymedia theory.

This research uses a qualitative descriptive method approach. Research data processing techniques are divided into two, namely primary and secondary data, data collection through observation, online data tracking, and documentation. The conclusion of this study is that Berrybenka utilizes the Tiktok application in promoting its products by using features on Tiktok and promotion strategies.

Keywords: Tiktok, Media Promotion, Polimedia Theory

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan dan terima kasih untuk kedua orang tua Bapak M. Alinudin dan almh Suhaeni serta alm M. Devis Afas selaku kakak kandung saya, yang senantiasa dalam mensupport, baik dengan doa, motivasi dan biaya sehingga pemulisan skripsi dengan judul “Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kualitatif pada Fashion Lokapasar Berrybenka” ini dapat terselesaikan tepat waktu

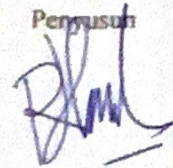
Peneliti menyadari jika skripsi tersebut tak mungkin selesai tanpa sebuah dorongan, pertolongan, pembimbingan, serta nasihat atas berbagai pihak saat menyusun skripsi. Maka dari itu, dalam kesempatan inilah peneliti dengan segala kerendahan hati dan setulus-tulusnya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi
2. Bapak Dr. Aan Widodo S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi.
4. Bapak Azhar Irfansyah, S.I.P., M.A., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan memberi dukungan penulis dalam menyusun skripsi
5. Ibu Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M.Hum., selaku Dosen Pengampu Akademik.
6. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu peneliti membuat skripsi ini.
7. Saudara saya yang ikut memberikan doa dan dukungan penuh selama proses penyusunan skripsi.
8. Terima kasih kepada kucing saya yang bernama Lego yang telah menghibur dan menemani saya hingga larut malam demi menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan penulis angkatan 2019 Fakultas Ilmu Komunikasi yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, yang selalu memberi dorongan untuk saya dalam menyusun skripsi tersebut. Ilmu Komunikasi angkatan 2019 seperjuangan dalam mengerjakan skripsi.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan masukan demi kesempurnaan sehingga laporan proposal skripsi ini dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya. Kepada semua pihak tersebut besar harapan saya semoga mendapat limpahan rahmat dari-Nya, Aamiin.

Jakarta, 28 Juli 2023

Penyusun



Rofiqoh Isnaini

201910415363



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.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	15
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kerangka Konsep.....	18
2.2.1 <i>New Media</i> (Media Baru).....	18
2.2.2 Manfaat Media Baru.....	20
2.2.3 Media Sosial.....	20
2.2.4 Tiktok dan Fiturnya.....	21
2.2.5 Pengertian Promosi.....	26
2.2.5.1 Pengertian Bauran Promosi (Promotion Mix).....	27
2.3 Teori Polimedia.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis dan Metode Penelitian.....	32

3.2	Subjek dan Objek Penelitian	32
3.3	Sumber Data Penelitian.....	33
3.4	Teknik Pengumpulan Data	34
3.5	Teknik Analisis Data	35
3.6	Triangulasi Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Hasil Penelitian	38
4.1.2	Profil Berrybenka.....	38
4.1.3	Visi Misi Berrybenka	39
4.1.4	Profil Jason Lamuda Pemilik Berrybenka	39
4.2	Promosi Produk Berrybenka Menggunakan Fitur di Tiktok.....	40
4.3	Pembahasan.....	47
4.3.1	Pemanfaatan Fitur Tiktok Dalam Mempromosikan Produk Berrybenka	47
4.4	Hambatan Yang Terjadi Selama Proses Promosi Produk Berrybenka Melalui Tiktok	57
BAB V PENUTUP		58
5.1	Kesimpulan	58
5.2	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 : Penelitian Terdahulu.....	17
--	----



DAFTAR GAMBAR

gambar 1. 1 Akun Tiktok @berrybenkaofficial, @urbanco.official dan @cloth_inc	4
gambar 1. 2: Akun Facebook Berrybenka	6
gambar 1. 3 : Akun Instagram Berrybenka	7
gambar 1. 4: Akun Twitter Berrybenka	8
gambar 1. 5: Akun Shopee Berrybenka	9
gambar 1. 6 : Akun Tokopedia Berrybenka	10
gambar 1. 7 : Akun Lazada Berrybenka	11
gambar 1. 8 : Akun Zalora Berrybenka	12
gambar 1. 9 : Akun Tiktok Berrybenka Official	13
gambar 1. 10 : Data Penjualan di Tiktok	15
gambar 2. 1: Data aplikasi dengan jumlah unduhan tertinggi	22
gambar 4. 1 Logo PT. Berrybenka	38
gambar 4. 2 Tampilan postingan akun Tiktok @berrybenkaofficial	41
gambar 4. 3 Tampilan Live Streaming Berrybenka di Tiktok	42
gambar 4. 4 Tampilan Tiktok Shop Akun @berrybenkaofficial	43
gambar 4. 5 Tampilan Hyperlink Dari Akun Tiktok @berrybenkaofficial	44
gambar 4. 6 Tampilan Tautan Produk di Video Konten	45
gambar 4. 7 Tampilan Informasi Serta Link Yang Ada Pada Profil Berrybenka	46
gambar 4. 8 Tampilan Konten Pada Akun Berrybenka	48
gambar 4. 9 Tampilan Voucher Ongkir, dan Potongan Harga Pada Live Streaming Berrybenka	49
gambar 4. 10 Tampilan Live Streaming Pada Akun Tiktok @berrybenka	50
gambar 4. 11 Tampilan Live Sale Pada Akun Tiktok Shop @berrybenka	51
gambar 4. 12 Tampilan Instagram Berrybenka	53
gambar 4. 13 Tampilan Halaman Facebook Berrybenka	53
gambar 4. 14 Tampilan akun Shopee Berrybenka Official Shop	55
gambar 4. 15 Tampilan akun Tokopedia Berrybenka	55
gambar 4. 16 Tampilan akun Lazada Berrybenka	56
gambar 4. 17 Tampilan akun Zalora Berrybenka	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Bagan 4. 1 Proses pemanfaatan Tiktok sebagai media promosi akun Berrybenka.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Biodata Mahasiswa
- Lampiran II : Pedoman Observasi
- Lampiran III : Kartu Bimbingan
- Lampiran IV : Form Perbaikan

