

**STRATEGI PROMOSI PRODUK RAMUAN CINTA BY
MUTY MELALUI TIKTOK
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF AKUN TIKTOK
@MUTIARAPRIZA)**

SKRIPSI

**Oleh :
Harum Mutiara Sari
201610415288**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**STRATEGI PROMOSI PRODUK RAMUAN CINTA BY
MUTY MELALUI TIKTOK
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF AKUN TIKTOK
@MUTIARAPRIZA)**

SKRIPSI

**Oleh :
Harum Mutiara Sari
201610415288**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Promosi Produk Ramuan Cinta by Muty
Melalui TikTok (Studi Deskriptif Kualitatif Akun
TikTok @mutiarapriza)
Nama Mahasiswa : Harum Mutiara Sari
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415288
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom
NIDN.0319048601


Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom
NIDN. 0322048204

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Promosi Produk Ramuan Cinta by Muty
Melalui TikTok (Studi Deskriptif Kualitatif Akun
TikTok @mutiarapriza)
Nama Mahasiswa : Harum Mutiara Sari
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415288
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Fikri Reza, S.I.P, M.Si
NIDN. 0330077702

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0319048601

Penguji II : Fina Zahra, S.Sn., M.Si
NIDN. 0309059203

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

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

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Strategi Promosi Produk Ramuan Cinta by Muty Melalui TikTok (Studi Deskriptif Kualitatif Akun TikTok @mutiarapriz). Adalah benar skripsi yang saya susun dengan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dicantumkan secara jelas dengan kaidah penulisan 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 untuk dipinjam dan digandakan oleh Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Jakarta, 05 Agustus 2022
Yang Menyatakan,



Harum Mutiara Sari
NPM. 201610415288

ABSTRAK

Harum Mutiara Sari. 201610415288. Strategi Promosi Produk Ramuan Cinta by Muty Melalui TikTok (Studi Deskriptif Kualitatif Akun TikTok @mutiarapriz).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi apa yang dilakukan oleh Mutiara Priza Dinanti selaku pemilik dari produk Ramuan Cinta by Muty dalam memanfaatkan TikTok sebagai media promosi. Ramuan Cinta yang merupakan jamu herbal yang dicetuskan oleh dr. Zaidul Akbar yaitu ‘Jurus Sehat ala Rasulullah’ mampu terjual ribuan pcs perharinya dan terus meningkat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik observasi non partisipatif, wawancara, dan penelusuran data *online*. Adapun penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok dengan fitur yang menunjang kegiatan promosi memiliki peran yang cukup besar dalam mempromosikan Ramuan Cinta by Muty dibandingkan dengan media sosial lainnya, seperti Instagram dan Facebook. Dengan demikian peneliti telah mengetahui strategi promosi yang dilakukan menggunakan fitur TikTok sebagai media promosi Ramuan Cinta by Muty.

Kata kunci : Strategi Promosi, TikTok



ABSTRACT

Harum Mutiara Sari. 201610415288. *Promotion Strategy of Product Ramuan Cinta by Muty via TikTok (Qualitative Descriptive Study of TikTok Account @mutiarapriza).*

This study aims to find out what promotional strategies are carried out by Mutiara Priza Dinanti as the owner of the product Ramuan Cinta by Muty in using TikTok as a promotional medium. Ramuan Cinta by Muty which is a herbal medicine that was initiated by dr. Zaidul Akbar, the 'Healthy Kick ala Rasulullah' is able to sell thousands of pcs per day and continues to increase. Data collection techniques in this study were using non-participatory observation techniques, interviews, and online data searches. This research uses qualitative research methods with a descriptive approach. The results of this study indicate that TikTok with features that support promotional activities has a fairly large role in promoting Ramuan Cinta by Muty compared to other social media. Thus, the researcher has known the promotional strategy carried out using the TikTok feature as a promotional medium for the Ramuan Cinta by Muty.

Keywords: *Promotion Strategy, TikTok*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala berkat dan rahmat-Nya, penelitian skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Produk Ramuan Cinta by Muty Melalui TikTok (Studi Deskriptif Kualitatif Akun @mutiarapriza)” dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir pada program Strata-I Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Sebagai seorang manusia, peneliti menyadari dalam proses penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai kalangan pihak. Karena itu, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan 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.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Aryadillah, S.Sos.I, M.M, M.I.Kom selaku Pembimbing Akademik yang telah rela membimbing dan memberi arahan selama masa perkuliahan.
5. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom, selaku pembimbing 1 yang telah rela menyediakan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan laporan.
6. Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom, selaku pembimbing 2 yang telah rela menyediakan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan laporan.
7. Segenap Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu selama menjalani masa perkuliahan.

8. Kedua orangtua, kakak, abang dan adik yang selalu mendukung dan mendo'akan kepada peneliti dengan ketulusan dan kasih sayang selama menyelesaikan laporan.
9. Rio Septian, selaku suami yang selalu tiada henti memberikan dukungan moril dan juga materil kepada peneliti.
10. Keluarga Besar Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, khususnya teman seperjuangan di kelas B angkatan 2016 Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan selama peneliti menyelesaikan laporan.
11. Seluruh civitas akademika Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan dukungan moril kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Akhirnya, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca sekalian.

Jakarta, 05 Agustus 2022



Harum Mutiara Sari

NPM : 201610415288

DAFTAR ISI

Halaman

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	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.4.1 Maksud Penelitian	5
1.4.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Teoritis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Penelitian Sejenis	7

2.2 Kerangka Konsep	10
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
2.2.3 Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	12
2.2.3.1 Manfaat Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	14
2.2.4 TikTok Sebagai Media Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	14
2.2.4.1 TikTok dan Fiturnya	18
2.2.5 Strategi Promosi	23
2.2.5.1 Pengertian Strategi	23
2.2.5.2 Pengertian Promosi	23
2.2.5.3 Pengertian Strategi Promosi.....	24
2.3 Kerangka Teoritis.....	24
2.3.1 Teori Model AISAS	24
2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Teknik Penentuan Informan.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Metode Wawancara.....	30
3.4.2 Metode Observasi.....	30
3.4.3 Metode Dokumentasi	30
3.4.4 Metode Penelusuran <i>Online</i>	31
3.5 Teknik Analisis Data.....	31
3.6 Triangulasi Data	31
3.7 Waktu Pelaksanaan Penelitian	31

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Awal Mula Ramuan Cinta by Muty	32
4.1.2 Info Produk Ramuan Cinta by Muty	33
4.1.2.1 Komposisi Ramuan Cinta by Muty	34
4.1.2.2 Manfaat Ramuan Cinta by Muty	34
4.1.3 Profil Mutiara Priza Pemilik Ramuan Cinta by Muty	34
4.2 Hasil Temuan	36
4.2.1 Pemanfaatan Fitur TikTok Dalam Mempromosikan Prosuk Ramuan Cinta by Muty	36
4.2.2 Promosi Produk Ramuan Cinta by Muty Menggunakan Fitur di TikTok	39
4.3 Pembahasan	42
4.3.1 Aspek <i>Attention</i>	43
4.3.2 Aspek <i>Interest</i>	44
4.3.2 Aspek <i>Search</i>	46
4.3.3 Aspek <i>Action</i>	49
4.3.5 Aspek <i>Share</i>	53
4.4 Hambatan Yang Terjadi Selama Proses Promosi Produk Ramuan Cinta By Muty Melalui TikTok	56
BAB V PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tinjauan Penelitian Sejenis.....	8
---	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Ramuan Cinta by Muty Kemasan 70gr	33
Gambar 4.2 Foto Pernikahan Mutiara Dengan Suaminya	35
Gambar 4.3 Foto Usaha Penginapan Milik Mutiara Priza di Malang.....	35
Gambar 4.4 Tampilan Post Akun TikTok @mutiarapriza	40
Gambar 4.5 Tampilan <i>Live Streaming</i> Ramuan Cinta di TikTok	41
Gambar 4.6 Tampilan <i>Ads</i> Ramuan Cinta by Muty di Beranda	41
Gambar 4.7 Tampilan Tautan Produk di Video Konten	42
Gambar 4.8 Tampilan TikTok Mutiara Priza dan Pemanfaatan Fiturnya.....	43
Gambar 4.9 Interaksi di kolom komentar pada akun @mutiarapriza	45
Gambar 4.10 Tampilan Instagram Ramuan Cinta by Muty	47
Gambar 4.11 Tampilan Halaman Facebook Ramuan Cinta by Muty	47
Gambar 4.12 Tampilan akun Shopee Ramuan Cinta by Muty	50
Gambar 4.13 Tampilan Akun Tokopedia Ramuan Cinta by Muty	50
Gambar 4.14 Tampilan Akun Lazada Ramuan Cinta by Muty	51
Gambar 4.15 Kegiatan <i>live streaming</i> di TikTok Shop	52
Gambar 4.16 Unggahan Ulasan Konsumen di Instagram Story	53
Gambar 4.17 Ulasan Positif di Kolom Komentar Konten Video TikTok	54
Gambar 4.18 Ulasan Positif dari Konsumen di Shopee	54
Gambar 4.19 Ulasan Positif dan Negatif Ramuan Cinta by Muty	56

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Pertumbuhan TikTok Dalam Waktu Satu Tahun.....	18
Bagan 2.1. Perubahan AIDMA Menjadi AISAS	25
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
Bagan 4.1 Proses pemanfaatan TikTok sebagai media promosi.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2 : Triangulasi Data

Lampiran 3 : Transkrip Wawancara

Lampiran 4 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 5 : Form Perbaikan Skripsi

