STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AKUN TIKTOK @BLESSEDSHIN DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN

SKRIPSI

Oleh:

Alvinli Saputra

2021104115160

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AKUN TIKTOK @BLESSEDSHIN DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN

SKRIPSI

Oleh:

Alvinli Saputra

2021104115160

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AKUN TIKTOK @BLESSEDSHIN DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN
Nama Mahasiswa	:	Alvinli Saputra
Nomor Pokok Mahasiswa	:	20211045160
Program Studi / Fakultas	:	Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi:		Kamis, 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Muhamad Husni Mubarok, S.Pd., M.IKom

NIDN. 0414128601

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Akun TikTok @Blessedshin Dalam Menarik Minat Konsumen
Nama Mahasiswa	: Alvinli Saputra
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415160
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: Kamis, 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENGESAHKAN

Ketua Penguji	: Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si NIDN. 0307108503	.....
Pembimbing	: Muhamad Husni Mubarok, S.Pd., M.IKom NIDN. 0414128601	.....
Sekretaris Penguji	: Pagi Muhamad, S.I.Kom, M.I.Kom NIDN. 0310038403	.....

MENGETAHUI

Ketua Program Studi	Dekan
Ilmu Komunikasi	Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D.
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya Alvinli Saputra menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul strategi komunikasi pemasaran akun TikTok @blessedshin dalam menarik minat konsumen 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 difoto copy 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, 31 Juli 2025

Yang Membuat pernyataan



Alvinli Saputra

202110415160

ABSTRAK

Alvinli Saputra, 202110415160. Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun TikTok @Blessedshin Dalam Menarik Minat Konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh akun TikTok BlessedShin dalam menarik minat konsumen. Di era digital saat ini, media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi salah satu platform yang efektif untuk membangun brand awareness dan meningkatkan promosi dengan penjualan. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, data dikumpulkan melalui observasi konten, wawancara semistruktur, dan dokumentasi aktivitas akun BlessedShin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BlessedShin menggunakan strategi komunikasi yang menggabungkan storytelling, penggunaan tren TikTok, kolaborasi dengan influencer, serta interaksi aktif dengan audiens melalui komentar dan live streaming. Strategi ini berhasil menciptakan kedekatan emosional dengan konsumen serta meningkatkan minat terhadap produk yang ditawarkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan fitur-fitur khas TikTok secara kreatif dan konsisten merupakan kunci utama dalam menarik perhatian dan membangun loyalitas konsumen di platform tersebut.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Akun TikTok @Blessedshin Dalam Menarik Minat Konsumen.

ABSTRACT

Alvinli Saputra, 202110415160. *Marketing Communication Strategy on the TikTok Account @Blessedshin in Attracting Consumer Interest.*

This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by the TikTok account BlessedShin in attracting consumer interest. In today's digital era, social media, especially TikTok, has become one of the effective platforms for building brand awareness and increasing promotion with sales. Through a qualitative approach with a case study method, data was collected through content observation, semi-structured interviews, and documentation of BlessedShin account activities. The results of the study show that BlessedShin uses a communication strategy that combines storytelling, the use of TikTok trends, collaboration with influencers, and active interaction with the audience through comments and live streaming. This strategy has succeeded in creating emotional closeness with consumers and increasing interest in the products offered. This study concludes that the use of TikTok's distinctive features creatively and consistently is the main key to attracting attention and building consumer loyalty on the platform.

Keywords: *Marketing Communication Strategy on the TikTok Account @Blessedshin in Attracting Consumer Interest.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul "STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AKUN TIKTOK @BLESSEDSHIN DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN" penelitian skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir sebagai mahasiswa di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dalam mengerjakan penelitian skripsi ini peneliti tidak luput dan ingin berterima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Mualimin dan Ibu Herlina yang selalu memberikan nasihat dan mendoakan penulis selesai sehinggah skripsi ini selesasi dengan baik.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah banyak memberikan bantuan serta motivasi kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat selesai sesuai dengan waktu yang direncanakan. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Irjen.Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangselagawa, M.A., M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas IlmuKomunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Muhamad Husni Mubarok, S.pd., M.IKom selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing saya dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Pihak Staff Blessedsin membantu dan mendukung pada skripsi penelitian ini.
6. Seluruh teman-teman tercinta Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
7. Annisa Safitri selaku adik kandung saya yang selalu memberikan

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

dukungan, kasih sayang, serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini

8. Teruntuk diri saya sendiri, Alvinli Saputra, terima kasih telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Akhir kata peneliti berharap agar penelitian skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah pengetahuan dan sebagai referensi bagi peneliti yang akan membuat penelitian selanjutnya dengan topik serupa.

Jakarta, 31 Juli 2025

Penulis,

Alvinli Saputra

202110415160

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

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 ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 5
1.3 Pertanyaan Penelitian 5
1.4 Tujuan Penelitian 5
1.5 Manfaat Penelitian 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **7**
2.2 Penelitian Terdahulu 7
2.2 Kerangka Konsep 11
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 11
2.2.2 Bentuk-bentuk Komunikasi Pemasaran 13
2.2.3 Konsep-konsep Pemasaran 14
2.2.4 Media Sosial 15
2.2.5 Konsumen 16
2.3 Kerangka Berpikir 17
2.4 Kerangka Berpikir 18
BAB III METODE PENELITIAN **19**
3.1 Jenis Penelitian 19
3.2 Desain Penelitian 20

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

3.3 Subjek dan Objek Penelitian 21
3.4 Teknik Pengumpulan Data 21
3.5 Teknik Analisis Data 22
3.6 Teknik Keabsahan Data 24
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 27
4.1 Gambar Umum 27
4.1.1 Profil *Online Shop* Blessesdshin 27
4.1.2 Produk Online TikTok Shop Blessedshin 28
4.1.3 Media Sosial Blessedshin 29
4.1.4 Struktur *Online Shop Blessedshin* 29
4.1.5 Profil Informan 30
4.2 Hasil Penelitian 32
4.2.1 Iplementasi 4P Blessedshin 33
4.3 Pembahasan 42
BAB V PENUTUP 46
5.1 Kesimpulan 46
5.2 Saran 47
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 7
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian 26
Tabel 4. 1 Struktur *Online Shop* Blessedshin 30
Tabel 4. 2 Bandingkan Dengan Komentar 34
Tabel 4. 3 Bandingkan Sama Kompetitor Lain 38

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Akun Tiktok Blessedshin 2
Gambar 4. 1 *Logo Online Shop Blessedshin* 27
Gambar 4. 2 Produk *Rewoked Blessedshin* 28
Gambar 4. 3 Media *Sosial Blessedshin* 29
Gambar 4. 4 Profil Informan I 30
Gambar 4. 5 Profil Informan II 31
Gambar 4. 6 Profil Informan III 32
Gambar 4. 7 Kegiatan Dan Harga Blessedshin 35
Gambar 4. 8 Tempat Tokoh *Blessedshin* 36
Gambar 4. 9 Produk *DressWell Blessedshin* 39
Gambar 4. 10 Aktivitas Promosi *Live Streaming* 41

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir..... 18

Strategi Komunikasi.., Alvinli Saputra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Transkip Wawancara

Lampiran 4 Reduksi Data Wawancara

Lampiran 5 Dokumentasi