ANALISIS KONTEN TIKTOK @tiebymin DALAM MEMBANGUN KESADARAN MEREK PRODUK HIJAB PADA *FOLLOWERS*

SKRIPSI

Oleh:

Bintang Ghifari Sam Putra

202110415055

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

ANALISIS KONTEN TIKTOK @tiebymin DALAM MEMBANGUN KESADARAN MEREK PRODUK HIJAB PADA *FOLLOWERS*

SKRIPSI

Oleh:
Bintang Ghifari Sam Putra
202110415055

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Analisis Konten TikTok @tiebymin Dalam Membangun Kesadaran Merek Produk Hijab Pada Followers.
Nama Mahasiswa	: Bintang Ghifari Sam Putra
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415055
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Sidang Skripsi	: 23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing

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

NIDN. 0319048601

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	Analisis Konten Tiktok @tiebymin Dalam Membangun Kesadaran Merek Produk Hijab Pada Followers
Nama Mahasiswa	:	Bintang Ghifari Sam Putra
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415055
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	23 Juli 2025

Jakarta, 30 Juli 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Hamida Syari Harahap, M.Si NIDN. 0311046803	.....
Penguji	: Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom NIDN. 0319048601	.....
Sekretaris Penguji	: Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN. 0327119701	.....

MENGETAHUI

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

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang Analisis Konten TikTok @tiebymin Dalam Membangun Kesadaran Merk Produk Hijab Pada Followers, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri 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 di fotocopy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangakata 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 Bahayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 6 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Bintang Ghifari Sam Putra

202110415055

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

Bintang Ghifari Sam Putra 202110415055. Analisis Konten TikTok @tiebymin Dalam Membangun Kesadaran Merek Produk Hijab Pada *Followers*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten TikTok akun @tiebymin dalam membangun kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap produk hijab di kalangan *followers*-nya. Dalam era digital yang ditandai oleh pesatnya penggunaan media sosial, TikTok telah menjadi *platform* yang strategis dalam kegiatan pemasaran. Akun @tiebymin dipilih sebagai objek penelitian karena aktif menggunakan pendekatan konten berbasis *soft selling*, edukasi, hiburan, dan interaksi yang mampu menciptakan keterlibatan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi visual terhadap delapan konten video TikTok yang dipilih berdasarkan jumlah tayangan, *likes*, komentar, dan relevansi dengan produk hijab. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @tiebymin secara efektif memanfaatkan empat pilar konten promosi, edukasi, hiburan, dan *conversational*—untuk membentuk kedekatan emosional dengan audiens, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Kolaborasi dengan *influencer* muda serta konsistensi dalam mengikuti tren TikTok juga terbukti mampu meningkatkan *brand recall* dan *brand recognition*. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis mengenai strategi komunikasi pemasaran digital dan manfaat praktis bagi *brand fashion* lokal dalam membangun kesadaran merek melalui *platform* TikTok.

Kata Kunci: TikTok, *brand awareness*, hijab, *content marketing*, komunikasi digital, @tiebymin

ABSTRACT

Bintang Ghifari Sam Putra 202110415055. *"Content Analysis of TikTok @tiebymin in Building Brand Awareness of Hijab Products Among Followers."*

This study aims to analyze how the TikTok account @tiebymin builds brand awareness of hijab products among its followers. In the digital era marked by the rapid growth of social media use, TikTok has become a strategic platform for marketing activities. The @tiebymin account was selected as the research subject due to its active use of soft selling, educational, entertaining, and interactive content approaches that foster audience engagement. This research uses a qualitative approach with a visual content analysis method, focusing on eight TikTok videos selected based on views, likes, comments, and relevance to hijab products. The findings show that @tiebymin effectively utilizes four content pillars—promotional, educational, entertainment, and conversational—to establish emotional closeness with the audience, strengthen brand identitiy, and increase user engagement. Collaborations with young influencers and consistency in following TikTok trends have also proven effective in enhancing brand recall and brand recognition. This study provides theoretical insights into digital marketing communication strategies and practical benefits for local fashion brands seeking to build brand awareness through TikTok.

Keywords: *TikTok, brand awareness, hijab, content marketing, digital communication, @tiebymin*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Esa atas berkat, karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Konten Tiktok @tiebymin Dalam Membangun Kesadaran Merk Produk Hijab Pada *Followers*". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tersayang dan tercinta, Ibu Wiwit Widyastuti dan Alm. Ayah Abdul Halim Soeratno. Yang tidak bosan-bosannya memberikan banyak nasihat, dan doa yang senantiasa ditujukan kepada peneliti.

Selain itu, dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan dan pengarahan serta dukungan dari berbagai pihak, maka kesempatan ini dengan segala hormat peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si., selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Fadli Muhammad Athalarik S.I.Kom.,M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas A3 yang turut membantu peneliti dalam bidang perkuliahan dan senantiasa selalu memberikan dukungan.
5. Ibu Hani Astuti, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membantu, membimbing dan bersedia menyisihkan waktu untuk peneliti agar penelitian ini dapat selesai dengan baik.
6. Aziz, Bowo, Bayu, Jatsy, Rehan, Ponco, Dhaifan, Riandy, Rafly, Hanra, Naufal, Luthfi, Salma, Savira, Dela, Selimara selaku sahabat penulis yang senantiasa menemani penulis dalam keadaan sedih dan senang, selalu memberikan canda tawa dan memberi semangat,serta doa kepada peneliti

Analisis Konten.., Bintang Ghifari Sam Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

dalam menyelesaikan penelitian ini.

7. Kedua orang tua tersayang, Papa Sam Nartantyo dan Mama Ririn Alundari. Terimakasih selalu mendoakan, mengusahakan segalanya, selalu memberikan dukungan. Besar harapan penulis semoga mama dan papa sehat selalu, Panjang umur, diberikan kemudahan serta kesabaran dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini dapat di sempurnakan di masa mendatang. Semoga karya ini bermanfaat bagi para pembaca. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 6 Agustus 2025

Peneliti,

Bintang Ghifari Sam Putra

202110415055

Dipindai dengan CamScanner

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 ..... **xiii**

DAFTAR BAGAN ..... **xiv**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Fokus Penelitian 10

1.3 Pertanyaan Penelitian 11

1.4 Tujuan Penelitian 11

1.5 Manfaat Penelitian 11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**

2.1 Penelitian Terdahulu 9

2.2 Tinjauan Konseptual 11

2.2.1 Konten 11

Analisis Konten.., Bintang Ghifari Sam Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.1.1 *Content Pillar* 11
2.2.2 *Brand Awareness* 13
2.2.3 Komunikasi Pemasaran 16
2.2.4 Sosial Media 19
2.2.4.1 Manfaat Media Sosial 20
2.2.5 Tiktok 21
2.2.5.1 Fitur Tiktok 22
2.2.5.2 Manfaat Tiktok 24
2.2.6 *Followers* 25
2.2.7 *Influencer* 26
2.3 Kerangka Berpikir 28
BAB III METODELOGI PENELITIAN 30
3.1 Pendekatan Penelitian 30
3.2 Desain Penelitian 31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 32
3.3.1 Subjek Penelitian 32
3.3.2 Objek Penelitian 32
3.4 Unit Analisis 33
3.5 Teknik Pengumpulan Data 45
3.5.1 Observasi 45
3.5.2 Dokumentasi 46
3.6 Teknik Analisis Data 46
3.7 Keabsahan Data 47
3.7.1 Triangulasi 47
3.8 Tempat dan Waktu Penelitian 48

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 49

4.1 Hasil Penelitian 49

4.1.1 Profil Akun TikTok @tiebymin..... 49

4.1.2 Analisis Isi Krippendorff..... 50

4.1.3 Hasil Observasi pada Akun TikTok @tiebymin..... 56

4.1.4 Konten TikTok @tiebymin dalam Upaya Membangun Kesadaran Merek 73

4.2 Pembahasan..... 77

4.2.1 Strategi Konten dan *Content Pillar* @tiebymin 77

4.2.2 Analisis Konten dalam Membangun Kesaran Merek @tiebymin 79

BAB V PENUTUP..... 65

5.1 Kesimpulan 65

5.2 Saran 66

5.2.1 Saran Teoritis..... 66

5.2.2 Saran Praktis 66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Analisis Konten.., Bintang Ghifari Sam Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 9
Tabel 3.1 Objek Penelitian 40
Tabel 3.2 Waktu Penelitian 48
Tabel 4.1 Jenis Konten yang Dipilih 50
Tabel 4.2 Konten Promosi 57
Tabel 4.3 Konten *Entertaiment* 61
Tabel 4.4 Konten Edukasi 66
Tabel 4.5 Konten *Conversational* 69

Analisis Konten.., Bintang Ghifari Sam Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2024 2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Media Sosial per Januari 2024 3
Gambar 1.3 Profil Tiktok @tiebymin 5
Gambar 1.4 Kumpulan Konten Tiktok @tiebymin 6
Gambar 1.5 Perbandingan Profil Tiktok @shasascraves dan @lafiye.com 9
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek 15
Gambar 4.1 Profil Akun TikTok @tiebymin 49
Gambar 4.2 Kumpulan Komentar *Followers* @tiebymin 55
Gambar 4.3 Keempat Konten Promosi @tiebymin yang Dipilih 73
Gambar 4.4 Konten *Entertainment* @tiebymin yang Dipilih 74
Gambar 4.5 Ketiga Konten Edukasi @tiebymin yang Dipilih 75
Gambar 4.6 Keempat Konten *Conversational* @tiebymin yang Dipilih 76
Gambar 4.7 Piramida *Brand Awareness* 81

Analisis Konten.., Bintang Ghifari Sam Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir 28

Analisis Konten.., Bintang Ghifari Sam Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa

Lampiran 2 : Pedoman Observasi

Lampiran 3 : Pedoman Dokumentasi

Lampiran 4 : Dokumentasi *Screen Capture* Konten Tiktok @tiebymin

Lampiran 5 : Kartu Bimbingan

Lampiran 6 : Form Perbaikan Skripsi

Analisis Konten.., Bintang Ghifari Sam Putra, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025