STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ADRIE FEBRIANSYAH DALAM MEMPROMOSIKAN RUMAH MELALUI FORMAT KONTEN "GUE TUNJUKIN" DI TIKTOK

SKRIPSI

Oleh:

Raudhotus Salimah

202110415385

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN ADRIE FEBRIANSYAH DALAM MEMPROMOSIKAN RUMAH MELALUI FORMAT KONTEN "GUE TUNJUKIN" DI TIKTOK

SKRIPSI

Oleh:

Raudhotus Salimah

202110415385

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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Adrie Febriansyah Dalam Mempromosikan Rumah Melalui Format Konten "Gue Tunjukin" di TikTok
Nama Mahasiswa	: Raudhotus Salimah
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415385
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing

Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si

NIDN. 0312079501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Adrie Febriansyah Dalam Mempromosikan Rumah Melalui Format Konten "Gue Tunjukin" di TikTok
Nama Mahasiswa	: Raudhotus Salimah
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415385
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 24 Juli 2025

Jakarta, 31 Juli 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom NIDN. 0914128902.	.....
Penguji	: Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si NIDN. 0312079501.	.....
Sekretaris Penguji	: Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si NIDN. 0319059501.	.....

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **"Strategi Komunikasi Pemasaran Adrie Febriansyah Dalam Mempromosikan Rumah Melalui Format Konten "Gue Tunjukin" di TikTok"** ini merupakan benar-benar hasil karya saya sendiri dan tidak memuat materi yang ditulis orang lain, kecuali kutipan yang dijadikan bahan acuan yang sumbernya telah dicantumkan dengan jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk di pinjam dan jadikan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya mengizinkan kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan menerbitkannya melalui sistem repositori publik resmi melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Raudhotus Salimah

202110415385

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Raudhotus Salimah. 202110415385. Strategi Komunikasi Pemasaran Adrie Febriansyah dalam Mempromosikan Rumah Melalui Format Konten "Gue Tunjukin" di TikTok.

Penelitian ini membahas strategi komunikasi pemasaran *digital* yang diterapkan oleh Adrie Febriansyah dalam mempromosikan rumah melalui format konten "Gue Tunjukin" di TikTok. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan dalam membangun keterlibatan audiens melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini mengacu pada konsep *content marketing* dari Claesson & Jonsson (2017) dengan tiga dimensi utama yaitu *strategy* (strategi), *activity* (aktivitas), dan *result* (hasil). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Adrie mencakup penciptaan identitas konten yang khas, *storytelling* yang konsisten, dan gaya penyampaian yang personal serta interaktif. Konten dinilai efektif dalam membangun *engagement* dan kepercayaan audiens. Namun menjelang akhir penelitian ditemukan penurunan interaksi *digital*. Kendala lapangan seperti keterbatasan akses informan dan data juga menjadi tantangan. Beberapa *followers* menyatakan pernah menyimpan, membagikan, dan mempertimbangkan untuk menghubungi kreator. Penelitian ini menyarankan agar kreator mempertahankan gaya penyampaian yang unik, mengembangkan variasi konten tematik, dan memanfaatkan fitur interaktif serta evaluasi performa konten secara berkala untuk meningkatkan efektivitas pemasaran *digital*.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Content Marketing*, TikTok, Promosi Rumah, Media Sosial.

ABSTRACT

Raudhotus Salimah. 202110415385. *Marketing Communication Strategy of Adrie Febriansyah in Promoting Housing Through the "Gue Tunjukin" Content Format on TikTok.*

This study discusses the digital marketing communication strategy implemented by Adrie Febriansyah in promoting housing through the "Gue Tunjukin" content format on TikTok. The purpose of this study is to analyze the marketing communication strategy applied to build audience engagement through social media. This research uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through semi-structured interviews, observation, and documentation. The study refers to the concept of content marketing by Claesson & Jonsson (2017), which consists of three main dimensions: strategy, activity, and result. The findings show that Adrie's strategy includes creating a distinctive content identity, consistent storytelling, and a personal, interactive delivery style. The content was considered effective in building audience trust and engagement. However, toward the end of the research, a decline in digital interactions such as views, likes, and comments was observed. Field challenges included limited access to target informants and internal sales data from the developer. Several followers reported saving, sharing, and considering contacting the creator after watching the content. This study suggests that content creators maintain a unique communication style, develop thematic content variations, and use interactive features and performance evaluations regularly to improve the effectiveness of digital marketing.

Keywords**:** *Marketing Communication Strategy, Content Marketing, TikTok, Housing Promotion, Social Media.*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Adrie Febriansyah dalam Mempromosikan Rumah melalui Format Konten 'Gue Tunjukin' di TikTok" tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak terlepas dari dukungan, doa, serta kasih sayang dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat dalam setiap langkah yang ditempuh. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, terutama kepada Ibu Rodiah, yang telah melahirkan, merawat, dan memberikan cinta serta perhatian tanpa henti, serta kepada Bapak Salim, yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang yang tak ternilai. Doa dan dukungan dari keduanya menjadi sumber kekuatan utama dalam menjalani setiap proses kehidupan dan pendidikan penulis.

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Prof. 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 Drs. Nassarudin Siregar, M.Si., selaku dosen pembimbing akademik.
5. Ibu Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, bimbingan, evaluasi, serta dukungan yang sangat berarti bagi penulis selama penyusunan proposal skripsi ini.

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

6. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, serta seluruh jajaran staf akademik yang telah memberikan ilmu dan dukungan selama masa perkuliahan.
7. Kepada kakak-kakak saya, yaitu Kak Rudi, Kak Ayu, dan Kak Tia, terima kasih atas segala bentuk kasih sayang dan perhatian, baik dalam bentuk nasihat, dukungan moral, maupun materi.
8. Kepada Kepada pemilik NPM 202110415238, yang hadir di tiga semester terakhir dari delapan semester perjalanan perkuliahan ini, terima kasih atas perhatian, bantuan, dan dukungan yang tulus. Terima kasih telah menjadi tempat bersandar saat lelah, pendengar setia dalam setiap keluh kesah, serta selalu menemani dan menguatkan penulis dalam berbagai situasi. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini.
9. Kepada sahabat seperjuangan selama perkuliahan, yaitu Aprillia Anggi dan Donna Amadea, yang selalu memberikan dukungan, masukan, serta membantu dalam menyelesaikan tugas hingga tahap akhir ini.
10. Kepada Zerlinda, teman seperbimbingan, terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan tempat berkeluh kesah selama proses bimbingan skripsi ini.
11. Kepada sahabat rumah saya, yaitu Nurlaila dan Ayi Nur Asyifa yang selalu perhatian, mendukung, menemani, dan menjadi tempat berkeluh kesah dalam setiap perjalanan hidup saya.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak yang telah disebutkan sebelumnya. Selain itu, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran, masukan, dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna memperbaiki serta menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 31 Juli 2025
Penulis,



Raudhotus Salimah
202110415385

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

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 ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 12
1.3 Pertanyaan Penelitian 12
1.4 Tujuan Penelitian 13
1.5 Manfaat Penelitian 13
1.5.1 Manfaat Teoritis 13
1.5.2 Manfaat Praktis 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **14**
2.1 Penelitian Terdahulu 14
2.2 Kerangka Konsep 17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 17
2.2.2 *Digital Marketing* (Pemasaran *Digital*) 18
2.2.3 Media Sosial 23
2.2.4 TikTok 24
2.3 Kerangka Berpikir 27

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

BAB III METODE PENELITIAN 29
3.1 Pendekatan Penelitian 29
3.2 Desain Penelitian 30
3.3 Subjek Penelitian 30
3.4 Objek Penelitian 32
3.5 Teknik Pengumpulan Data 32
3.6 Teknik Analisis Data 35
3.7 Keabsahan Data 36
3.8 Tempat dan Waktu Penelitian 37
3.8.1 Tempat Penelitian 37
3.8.2 Tempat Penelitian 37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 39
4.1 Gambaran Umum 39
4.1.1 Profil Adrie Febriansyah 39
4.1.2 Profil Akun TikTok @si_adrie 40
4.1.3 Profil Informan 42
4.2 Hasil Penelitian 43
4.2.1 *Strategy* (Strategi) pada Akun Tiktok @si_adrie 44
4.2.2 *Activity* (Aktivitas) pada Akun Tiktok @si_adrie 62
4.2.3 *Result* (Hasil) pada Akun Tiktok @si_adrie 72
4.3 Pembahasan 78
BAB V PENUTUP 101
5.1 Kesimpulan 101
5.2 Saran 102
5.2.1 Saran Praktis 102
5.2.2 Saran Akademis 102
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Data *Engagement* Konten Adrie Febriansyah 4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 14
Tabel 3. 1 *Timeline* Penelitian 38
Tabel 4. 1 Profil Informan 43
Tabel 4. 2 Implementasi Komponen Dimensi *Strategy* (Strategi) 84
Tabel 4. 3 Implementasi Komponen Dimensi *Activity* (Aktivitas) 91
Tabel 4. 4 Implementasi Komponen Dimensi *Result* (Hasil) 96

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 *Screenshot* Profil Akun dan Postingan Konten Adrie Febriansyah 1
Gambar 1. 2 *Screenshot* Postingan Konten Adrie Febriansyah 3
Gambar 1. 3 Data *Platform* Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 6
Gambar 1. 4 Data Pengguna Media 7
Gambar 1. 5 *Screenshot* Profil Akun Defie Xmarks 10
Gambar 2. 1 Dimensi *Content Marketing* 21
Gambar 4. 1 Profil Akun TikTok @si_adrie 40
Gambar 4. 2 *Screenshot* Profil Akun @si_adrie 41
Gambar 4. 3 *Screenshot* Postingan Konten TikTok @si_adrie 41
Gambar 4. 4 *Screenshot* Postingan Konten TikTok @si_adrie 42
Gambar 4. 5 *Screenshot* Postingan Konten Awal Frasa "Gue Tunjukin Rumah Sudah Jadi dan Siap Huni" 48
Gambar 4. 6 *Screenshot* Postingan Konten Viral 48
Gambar 4. 7 *Screenshot* Bio Profil TikTok @si_adrie..... 52
Gambar 4. 8 *Screenshot* Konten Berperan Ganda..... 56
Gambar 4. 9 *Screenshot* Komentar Pengikut TikTok @si_adrie 57
Gambar 4. 10 *Screenshot* Komentar Pengikut tentang Gaya "Uget-Ugetan" Adrie 58
Gambar 4. 11 *Screenshot* Kolaborasi Adrie Febriansyah dan Ibnu Wardani 65
Gambar 4. 12 *Screenshot* Komentar Pengikut tentang Perubahan Gaya Konten . 70

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir..... 28

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
Lampiran 3 : Pedoman Observasi Penelitian
Lampiran 4 : Pedoman Dokumentasi Penelitian
Lampiran 5 : Transkrip Wawancara
Lampiran 6 : Tabel Hasil Reduksi Data
Lampiran 7 : Hasil Observasi Penelitian
Lampiran 8 : Dokumentasi Penelitian
Lampiran 9 : Kartu Konsultasi Bimbingan
Lampiran 10 : *Form* Perbaikan Sidang Skripsi

Strategi Komunikasi.., Raudhotus Salimah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025