

**ANALISIS PENERAPAN *STORYTELLING* MARKETING TIKTOK  
@bypainters SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN HUBUNGAN  
EMOSIONAL DENGAN AUDIENS**

**Skripsi**

**Oleh:**

**Eka Anastasya Siringoringo**

**202010415346**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2024**

**ALISIS PENERAPAN *STORYTELLING* MARKETING TIKTOK  
@bypainters SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN HUBUNGAN  
EMOSIONAL DENGAN AUDIENS**

**Skripsi**

**Oleh:**

**Eka Anastasya Siringoringo**

**202010415346**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2024**



## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Storytelling Marketing  
Oleh Akun Tiktok @Bypainters Sebagai Upaya  
Membangun Hubungan Emosional Dengan  
Audiens

Nama Mahasiswa : Eka Anastasya Siringoringo

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415346

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Januari 2024





## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Penerapan Storytelling Marketing  
Oleh Akun Tiktok @Bypainters Sebagai  
Upaya Membangun Hubungan Emosional  
Dengan Audiens

Nama Mahasiswa : Eka Anastasya Siringoringo

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010415346

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal lulus ujian skripsi : 30 Februari 2024

Jakarta, 12 Februari 2024

MENGESAHKAN,

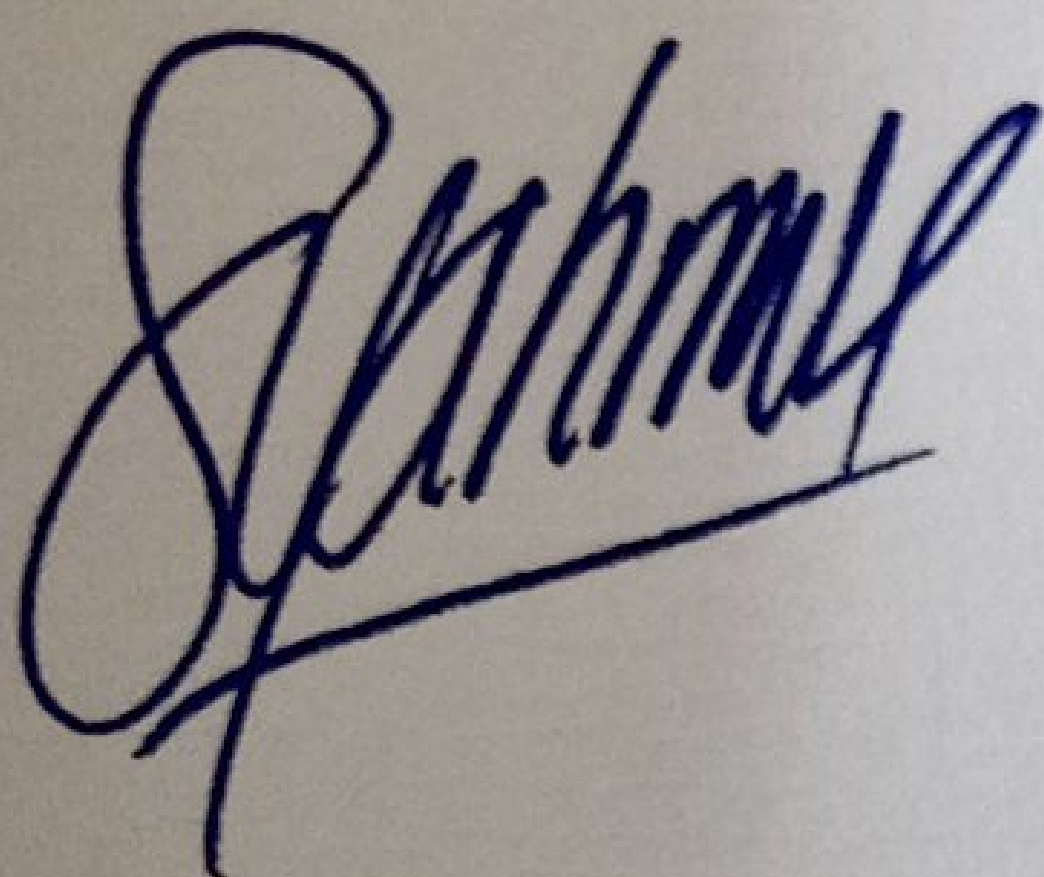
Ketua Penguji : Asima Oktavia Sitanggung, S.Ds., M.Si  
NIDN. 0307108503

Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si  
NIDN. 0319059501

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom M. Tr Par  
NIDN. 0310068902

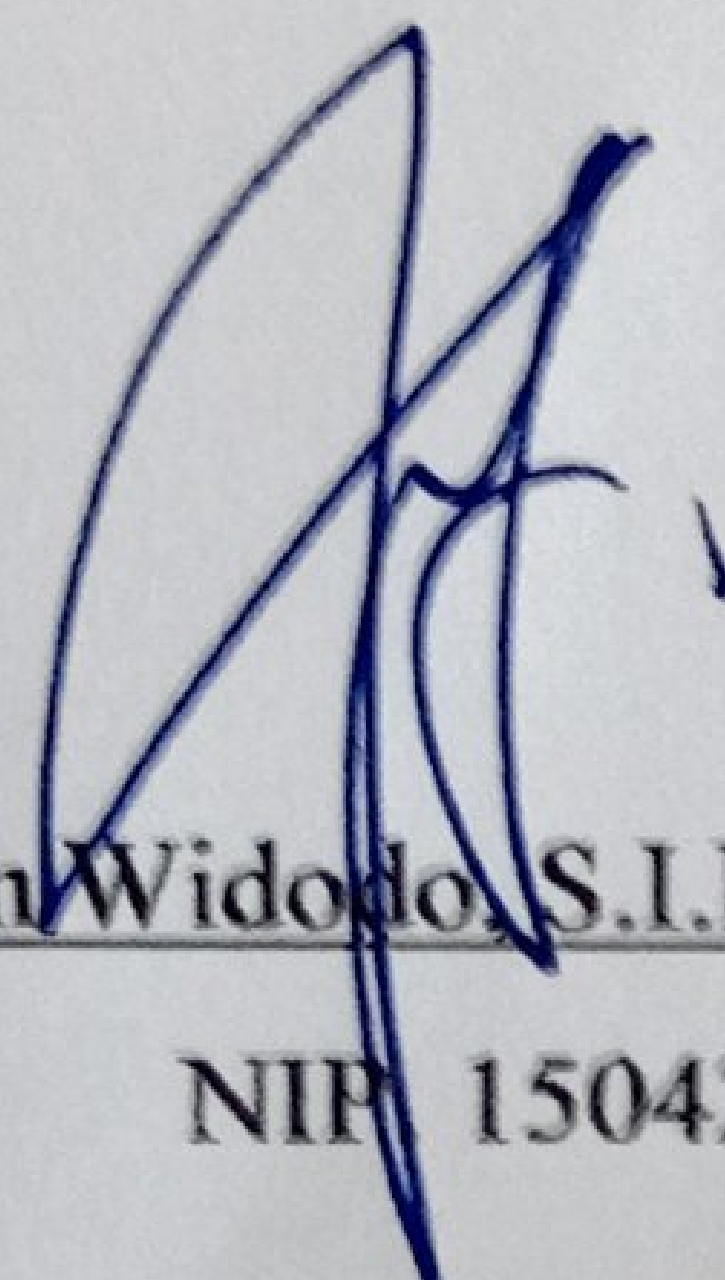
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si  
NIP. 2203551

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



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



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Analisa Analisis Penerapan Storytelling Marketing Sebagai Upaya Membangun Hubungan Emosional Dengan Audiens* 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, 12 Februari 2024



Eka anastasya siringo  
ringo

202010415346

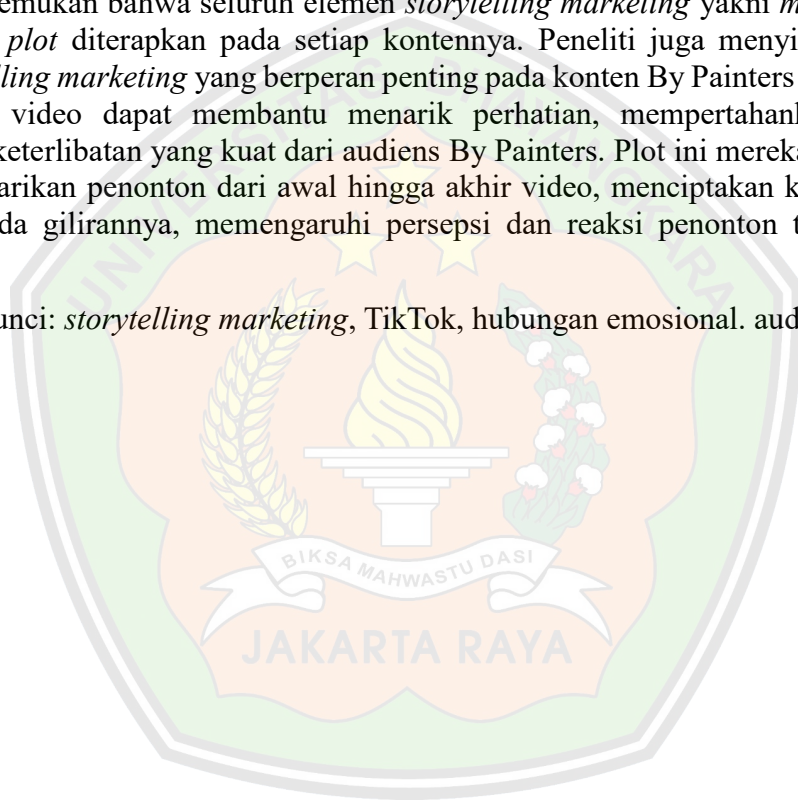


## ABSTRAK

**Eka Anastasya Siringoringo, 202010415346.** Analisis Penerapan *Storytelling Marketing* Tiktok @Bypainters Sebagai Upaya Membangun Hubungan Emosional Dengan Audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *storytelling marketing* oleh akun Tiktok @bypainters sebagai upaya membangun hubungan emosional dengan audiens. *Storytelling* penting karena dapat membangkitkan emosi dan menciptakan pengalaman yang berkesan dan berdampak menghubungkan audiens pada tingkat yang lebih dalam. Salah satu elemen kunci yang menjadikan *storytelling* begitu kuat dalam pemasaran adalah kemampuannya membangkitkan emosi. Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan sebuah fenomena sosial melalui pengumpulan data lewat observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada 20 video By Painters ditemukan bahwa seluruh elemen *storytelling marketing* yakni *message*, *conflict*, *character*, dan *plot* diterapkan pada setiap kontennya. Peneliti juga menyimpulkan bahwa elemen *storytelling marketing* yang berperan penting pada konten By Painters adalah plot. Plot dalam konten video dapat membantu menarik perhatian, mempertahankan minat, dan menghasilkan keterlibatan yang kuat dari audiens By Painters. Plot ini mereka gunakan untuk menjaga ketertarikan penonton dari awal hingga akhir video, menciptakan keterlibatan yang dalam, dan pada gilirannya, memengaruhi persepsi dan reaksi penonton terhadap produk mereka.

Kata Kunci: *storytelling marketing*, Tiktok, hubungan emosional. audiens



## ABSTRACT

**Eka Anastasya Siringoringo, 202010415346.** *Analysis of the Implementation of Storytelling Marketing on TikTok @Bypainters as an Effort to Build Emotional Relationships with the Audience.*

*This research aims to analyze the application of storytelling marketing by the TikTok account @bypainters as an effort to build emotional relationships with the audience. Storytelling is important because it can evoke emotions and create memorable, impactful experiences that connect audiences on a deeper level. One of the key elements that makes storytelling so powerful in marketing is its ability to evoke emotion. This research method uses descriptive qualitative which aims to explain a social phenomenon through data collection through observation and documentation. Based on the results of research conducted on 20 By Painters videos, it was found that all elements of storytelling marketing, namely message, conflict, character and plot, were applied to each content. The researcher also concluded that the storytelling marketing element that plays an important role in By Painters content is the plot. Plots in video content can help capture attention, maintain interest, and generate strong engagement from By Painters' audience. They use these plots to keep viewers interested from the beginning to the end of the video, creating deep engagement, and in turn, influencing the viewer's perception and reaction to their product.*

*Keywords: storytelling marketing, TikTok, emotional connection. audience*





## KATA PENGANTAR

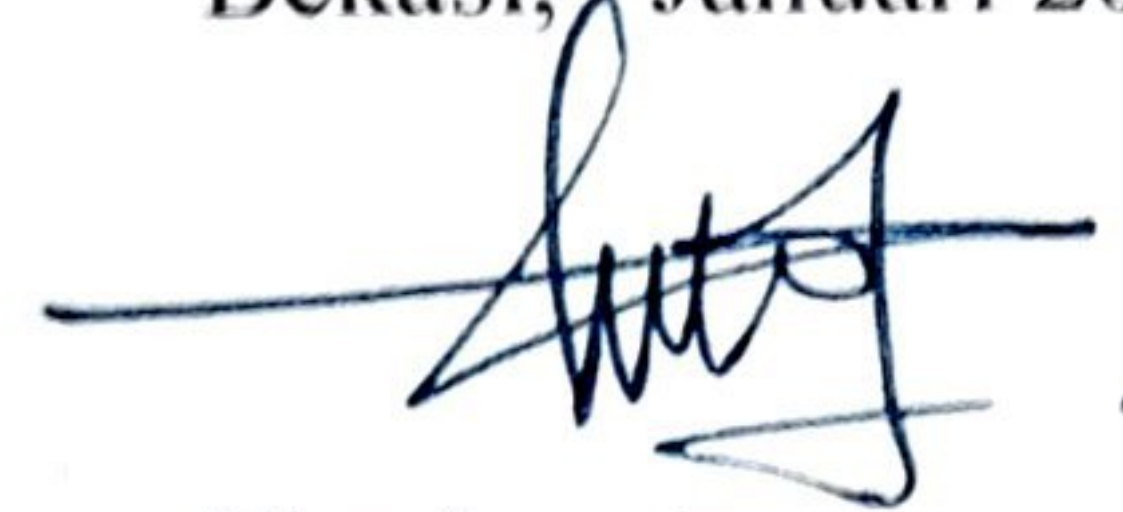
Puji Syukur atas kehadiran Tuhan YME berkat Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “ANALISIS PENERAPAN *STORYTELLING MARKETING* OLEH AKUN TIKTOK @bypainters SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN HUBUNGAN EMOSIONAL DENGAN AUDIENS.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk bisa lulus dari program Strata 1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Tentu, skripsi ini dibuat berkat dukungan dari orang tua tercinta, Bapak Jaitun Siringoringo dan Ibu Merni Haloho yang selalu memberikan nasihat dan mendoakan penulis selesai sehingga skripsi ini selesai dengan baik. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof Dr. Drs 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 Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si. selaku Kaprodi Strata 1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sekaligus Dosen Pembimbing.
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan dukungan moril kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Ibu Herlina Turnip, dan Bapak Rahot M Haloho selaku wali saya di Jakarta, Abang saya Adno Siringoringo, Dobes Siringoringo dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan doa dan dukungannya semasa perkuliahan hingga saat ini.
6. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Dian, Ratna, Nisa, Cipa, yang selalu menemani penulis dan memberikan semangat kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan, Jennifer Sigarlaki, Nizma, Agoy, Reyhan, Rafi, dan teman-teman perkumpulan saung yang turut memberikan semangat dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan terakhir kepada diri sendiri karena mau dan mampu berproses hingga sejauh ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah sesulit apapun proses yang dihadapi.



Penulis menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Penulis berharap saran dan kritik demi perbaikan dan kesempurnaan sehingga skripsi ini dapat bermanfaat dalam bidang akademis ataupun praktis, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Demikian, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya, akhir kata peneliti mengucapkan sekian dan terima kasih.

Bekasi, Januari 2024



Eka Anastasya

Siringoringo





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xivv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Desain Penelitian.....	8
2.2 Kerangka Konsep.....	13
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.2 Storytelling Marketing.....	14
2.2.3 Media Sosial.....	15
2.2.4 TikTok.....	17
2.2.5 Hubungan Emosional.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
<b>BAB III.....</b>	<b>23</b>
<b>METODE PENELTIAN.....</b>	<b>23</b>



3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Metode Penelitian.....	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.4 Subjek dan Objek Penelitian .....	25
3.5 Unit Analisa.....	25
3.6 Teknik Analisis Data .....	28
3.6 Triangulasi Data .....	29
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
<b>BAB IV .....</b>	<b>31</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum ByPainters By Erika dan Akun TikTok @bypainters.....	31
4.2 Hasil Penelitian .....	33
4.3 Pembahasan .....	82
4.3.1 Elemen Storytelling Marketing pada Konten TikTok.....	82
4.3.2 Urgensi Plot dalam Konten Storytelling Marketing pada TikTok.....	85
<b>BAB V .....</b>	<b>86</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Screenshoot konten @bypainters.....	2
Gambar 1.2 Profil akun TikTok @bypainters.....	4
Gambar 1.3 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar di Dunia.....	5
Gambar 1.4 Usia Pengguna TikTok di Indonesia .....	5





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : biodata mahasiswa
- Lampiran II : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran III : Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran IV : Form Perbaikan





## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
Tabel 3.1 Unit Analisa.....	25
Tabel 3.2 Waktu penelitian.....	30
Tabel 4.1 Hasil Pengamatan Pada Video Berjudul Bypainters Box Baru? .....	32
Tabel 4.2 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Bypainters Box Baru? .....	33
Tabel 4.3 Hasil Pengamatan Pada Video Berjudul Nyuci Kuas Itu Capek! .....	33
Tabel 4.4 Elemen Storytelling Storytelling Pada Video Nyuci Kuas Itu Capek.....	37
Tabel 4.5 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul By Painters Mau Kemana Nih .....	38
Tabel 4.6 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Kira-Kira By Painters Mau Kemana Nih? .....	39
Tabel 4.7 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul By Painters .....	40
Tabel 4.8 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Kira-Kira By painters Mau Kemana Nih?.....	41
Tabel 4.9 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Kira-Kira By Painters Mau Kemana Nih? .....	42
Tabel 4.10 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Kan Bypainters Bakal Collab Sama CITILINK .....	43
Tabel 4.11 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Kan Bypainters Bakal Collab Sama CITILINK.....	44
Tabel 4.12 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul By Painters Bypainters Kanvanya Jangan Kotak Terus Dong .....	45
Tabel 4.13 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Bypainters Kanvanya Jangan Kotak Terus Dong .....	46
Tabel 4.14 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Waktunya Melukis .....	47
Tabel 4.15 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Waktunya Melukis ...	48
Tabel 4.16 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Bypainters Tutup Toko?.....	49
Tabel 4.17 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Bypainters Tutup Toko? .....	49
Tabel 4.18 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Erika Pelukis Mandiin Landak .....	50
Tabel 4.19 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Erika Pelukis Mandiin Landak.....	51
Tabel 4.20 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Akhirnya By Painters Buka Cabang .....	52



Tabel 4.21 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Akhirnya Bypainters Buka Cabang.....	54
Tabel 4.22 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Nekat Bikin Booth Offline.....	55
Tabel 4.23 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Nekat Bikin Booth Offline.....	56
Tabel 4.24 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Gara-Gara Owen Di Belanda.....	59
Tabel 4.25 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Gara-Gara Owen Di Belanda .....	60
Tabel 4.26 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Yang Berjudul Jangan Beli Bypainters .....	61
Tabel 4.27 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Jangan Beli Bypainter .....	62
Tabel 4.28 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Lukis Gambar Aurora .....	64
Tabel 4.29 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Lukis Gambar Aurora .....	65
Tabel 4.30 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Jualan Produk Tidak Lengkap .....	66
Tabel 4.31 Elemen Storytelling Storytelling Pada Video Yang Berjudul Jualan Produk Tidak Lengkap.....	68
Tabel 4.32 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Jualan Erika Bikin Pasir Pantai Jadi Lukisan?.....	69
Tabel 4.33 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Erika Bikin Pasir Pantai Jadi Lukisan? .....	70
Tabel 4.34 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Bypainters Miror Painting Workshop .....	71
Tabel 4.35 Elemen Storytelling Marketing Mapada Video Yang Berjudulby Painters Miror Painting Workshop.....	72
Tabel 4.36 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Kak Jual Cat Nya Aja Ada Gak?..	73
Tabel 4.37 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Kak Jual Catnya Aja Ada Gak? .....	75
Tabel 4.38 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Kak Maaf Aku Nggak Bisa Datang .....	76
Tabel 4.39 Elemen Storytelling Marketing Pada Video Yang Berjudul Kak Maaf Aku Nggak Bisa Datang.....	77



Tabel 4.40 Hasil Pengamatan Pada Video Yang Berjudul Kalo Kamu Ngiranga Bypainters Cuman Anak Kecil Itu Artinya Kamu Kurang Tepat ..... 78

Tabel 4.41 Elemen storytelling pada video yang berjudul kalo kamu ngiranya bypainters cuman anak kecil artinya kamu kurang tepat ..... 79

