

**PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMASARAN
PADA *ONLINE SHOP* CICICHANIA DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN**

SKRIPSI

**Oleh:
Rima Kurniansyah
201810415273**



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

**PEMANFAATAN TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PADA
ONLINE SHOP CICICHANIA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
PELANGGAN**

SKRIPSI

**Oleh:
Rima Kurniansyah
201810415273**



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : "Pemafaatan Tiktok Sebagai Media Pemasaran
Pada *Online Shop* Cicichania Dalam Meningkatkan
Pelanggan "

Nama Mahasiswa : Rima Kurniansyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415273
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II



Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM

NIDN. 0311036501



Aryadillah, S.Sos.I, M.M, M.I.Kom

NIDN. 0329088601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Pemasaran
Pada *Online Shop* Cicichania Dalam Meningkatkan
Jumlah Pelanggan"

Nama Mahasiswa : Rima Kurniansyah

Nomor Pokok Mahasiswi : 201810415273

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : Jumat, 29 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom.
NIDN 0301047107

Penguji I : Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM
NIDN 0311036501

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

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



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

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Pemasaran Pada *Online Shop* Cicichania Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. Ini 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 mempublikasinya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 05 Agustus 2022



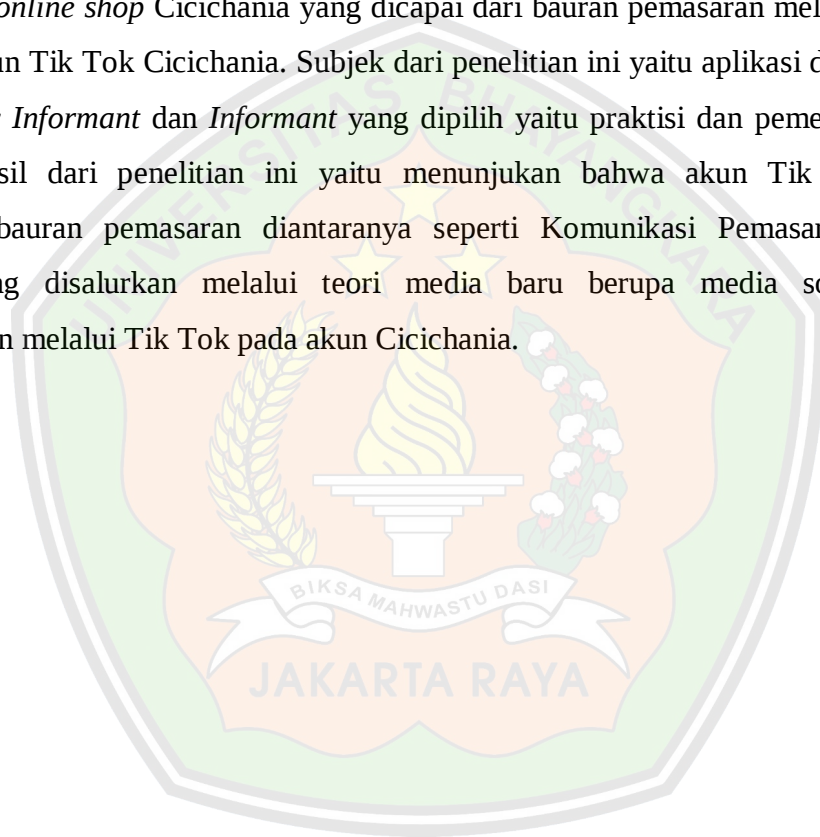
Rima Kurniansyah

NPM: 201810415273

ABSTRAK

Rima Kurniansyah, 201810415273. Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Pemasaran Pada *Online Shop* Cicichania Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan.

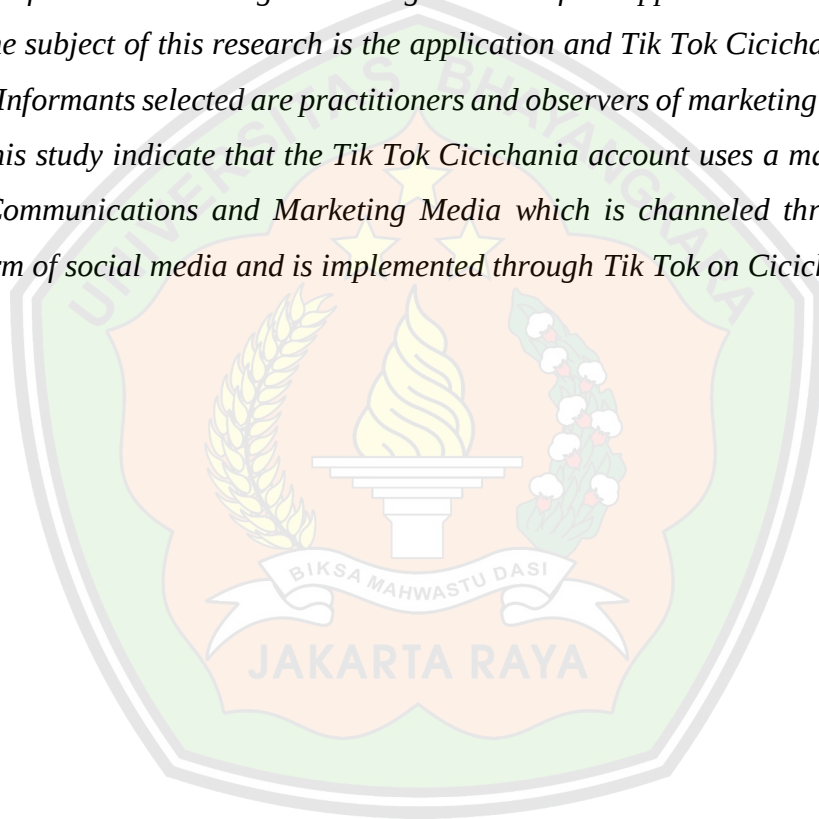
Penelitian ini berusaha mengetahui dan mengkaji adanya peningkatan pelanggan dengan serangkaian beberapa konsep. Melalui pemanfaatan aplikasi Tiktok pada produk Ccicichania. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus dan menggunakan teknik wawancara, observasi serta dokumentasi. Objek pada penelitian ini adalah beberapa konsumen dari *online shop* Cicichania yang dicapai dari bauran pemasaran melalui pemanfaatan aplikasi dan akun Tik Tok Cicichania. Subjek dari penelitian ini yaitu aplikasi dan akun Tik Tok Cicichania. *Key Informant* dan *Informant* yang dipilih yaitu praktisi dan pemerhati komunikasi pemasaran. Hasil dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa akun Tik Tok Cicichania menggunakan bauran pemasaran diantaranya seperti Komunikasi Pemasaran serta Media Pemasaran yang disalurkan melalui teori media baru berupa media sosial dengan di implementasikan melalui Tik Tok pada akun Cicichania.



ABSTRACT

Rima Kurniansyah, 201810415273. *Utilization of Tiktok as a Marketing Media at the Cicichania Online Shop in Increasing the Number of Customers.*

This study seeks to identify and examine the existence of an increase in customers with a series of concepts. Through the use of the Tiktok application on Ccicichania products. The approach in this research is qualitative with case study method and uses interview, observation and documentation techniques. The object of this research are several consumers from the Cicichania online shop who are achieved from the marketing mix through the use of the application and Cicichania's Tik Tok account. The subject of this research is the application and Tik Tok Cicichania account. Key Informants and Informants selected are practitioners and observers of marketing communications. The results of this study indicate that the Tik Tok Cicichania account uses a marketing mix such as Marketing Communications and Marketing Media which is channeled through new media theory in the form of social media and is implemented through Tik Tok on Cicichania's account.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat, serta karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini, yang disusun dengan tujuan untuk menyelesaikan tugas wajib yang merupakan syarat dalam mendapatkan gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jaya. Adapun judul Skripsi ini yaitu “Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Pemasaran Pada Online Shop Cicichania Dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan”.

Terimakasih untuk kedua orang tua penulis yang senantiasa selalu memberikan dukungan terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini, baik dukungan moril maupun materiil. Selain itu, penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan rasa terimakasih kepada pihak lain, diantaranya:

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 Fakultas Ilmu Komunikasi.
4. Dra. Sari Endah Nursyamsi, MM selaku Pembimbing I dan Aryadillah, S.Sos.I, M.M, M.I.Kom selaku pembimbing II Skripsi penulis yang telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis, meberi masukan dan memberi dukungan sehingga tugas skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Kepada teman hidup saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya yang telah mendengarkan keluh kesah saya dan memberikan dukungan serta bantuan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Niken Diah Utari selaku teman kecil saya yang telah memberikan dukungan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

7. Beatrix Citra, Salsabila Nadhifah, Husvita Muhli selaku sahabat-sahabat saya yang telah setia dalam membantu dan menghibur saat proses penyusunan skripsi.
8. Eka Wulandari, S.I.Kom selaku teman seperjuangan saya yang telah berjuang dan saling memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 05 Agustus 2022



Rima Kurniansyah



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	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.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Konsep.....	13

2.2.1	Komunikasi	13
2.3	Pemasaran	14
2.3.1	Komunikasi Pemasaran	15
2.3.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran	16
2.4	Media Baru	17
2.5	Media Sosial	18
2.6	Tiktok	19
2.7	Kerangka Konsep	20
2.8	Proposisi	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma Penelitian	22
3.1.1	Pendekatan Penelitian	22
3.2	Jenis Penelitian	23
3.3	Informan	24
3.4	Sumber Data	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data	25
3.6	Teknik Analisis Data	27
3.7	Uji Keabsahan Data	28
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	30
4.1.1	Profil Sejarah Cicichania	30
4.1.2	Visi Misi Cicichania	32
4.1.3	Struktur Organisasi	33
4.2	Deskripsi Subyek Penelitian	33
4.2.1	Profil Key Informan atau Narasumber 1	34
4.2.2	Profil Narasumber 2	34

4.3 Hasil Penelitian	37
4.3.1 Komunikasi Pemasaran Cicichania Pada Tik Tok	41
4.3.2 Media Sosial yang digunakan sebagai Media Pemasaran	42
4.3.3 Pemanfaatan Tik Tok pada Fitur-Fitur	44
4.3.4 Peningkatan Jumlah Pelanggan pada Cicichania	51
4.4 Pembahasan	52
BAB V HASIL KESIMPULAN	59
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Online Shop</i> Cicichania	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Data <i>Survey</i> Narasumber 1.....	33
Tabel 4.2 Data <i>Survey</i> Narasumber 2.....	34
Tabel 4.3 Data Pengguna <i>Live</i> Tiktok.....	55
Tabel 4.4 Data Pengguna Video Tiktok	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Live</i> Tik Tok Cicichania.....	46
Gambar 4.2 For Your Page Cicichania.....	47
Gambar 4.3 <i>Caption</i> Cicichania.....	48
Gambar 4.4 Tagar (<i>Hastag</i>) Cicichania.....	49
Gambar 4.5 Q&A Cicichania.....	50
Gambar 4.6 Etalase Cicichania.....	50
Gambar 4.7 Followers Cicichania Bulan Mei	54
Gambar 4.8 Followers Cicichania Bulan Juli	54
4.9 Tampilan Collection Ads	60
4.10 Dynamic Showcase Ads	60
4.11 Lead Generation.....	61

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Bagan Jumlah Pengguna Media Sosial.....	2
Bagan 2.1 Kerangka Konsep.....	20
Bagan 4.1 Struktur Organisasi Cicichania	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa

Lampiran 2. Kartu Bimbingan

Lampiran 3. Reduksi Data

Lampiran 4. Pedoman Wawancara

Lampiran 5. Transkrip Wawancara

Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian

