

**SOSIAL MEDIA MARKETING PADA *TIKTOK* “DAERAH KOPI” PERIODE
NOVEMBER 2023 – FEBUARI 2024**

Oleh :

Nama: Claudia Natania

NIM: 64180330

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Marketing Communication



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Februari 2024

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

**SOSIAL MEDIA MARKETING PADA TIKTOK “DAERAH KOPI” PERIODE
NOVEMBER 2023 – FEBUARI 2024**

Diajukan Oleh

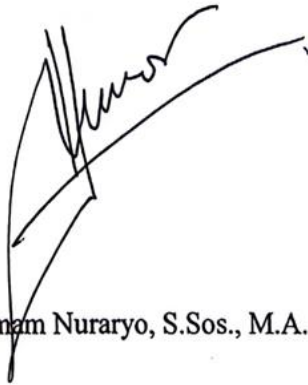
Nama: Claudia Natania

NIM: 64180330

Jakarta, Febuari 2024

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



(Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A. (Comms))

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2024



ABSTRAK

Claudia Natania/64180330/2024/ Sosial Media Marketing pada Tiktok “Daerah Kopi” Periode November 2023 – Febuari 2024/Pembimbing: Dr. Imam Nuraryo,M.A

Penggunaan Media Sosial meningkat seiring meningkatnya Teknologi Internet. Saat ini Media Sosial *TikTok* banyak digemari oleh masyarakat khususnya kalangan Gen Z karena dianggap mudah digunakan dan mudah tersebar. Tidak hanya untuk hiburan saat ini Media Sosial *TikTok* digunakan sebagai Media Promosi dan Informasi di berbagai kalangan bisnis dan berbagai sektor bisnis. Dengan tingginya dan minat masyarakat terhadap Media Sosial *TikTok* maka Daerah Kopi memutuskan untuk menggunakan Media Sosial *TikTok* sebagai Media Promosinya yang bertujuan untuk meningkatkan Brand Awareness dalam konen *TikTok* Daerah Kopi.

Penelitian ini menggunakan Teori yang didasarkan komunikasi pemasaran, Teori AISAS yang merupakan sebuah pola perilaku minat konsumen terhadap Brand Teori ini bertujuan untuk melihat perubahan ,pendekatan dan keputusan pembelian konsumen terhadap Daerah Kopi dengan latar belakang Pemanfaatan Media Sosial *TikTok*

Subjek Penelitian ini adalah Direktur Utama, Barista atau pekerja dan konsumen yang berkaitan langsung dengan Daerah Kopi. Desain penelitian yang digunakan adalah Metode Kualitatif dengan Pendekatan Kualitatif Deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara secara langsung dengan terstruktur.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa AISAS (*Attention, Interest, Search, Action and Share*) yang dilakukan oleh Daerah Kopi telah dilaksanakan melawati beberapa proses yakni persetujuan Direktur utama dan perundingan dengan tim yang ada tentang konsep yang akan dibuat dan menghasilkan hal positif pada Daerah Kopi dengan datangnya konsumen baru yang mengenal Daerah Kopi dari Media Sosial *TikTok*.

Berdasarkan penelitian ini peneliti menyimpulkan bahwa penerapan AISAS(*Attention, Interest, Search, Action and Share*) pada Daerah Kopi berhasil diterapkan yang berlangsung dengan baik dan berdampak positif pada Daerah Kopi dengan menggunakan Media Sosial *TikTok* sebagai Media Promosi dengan konsep dan sistem yang telah ditentukan dan disetujui oleh Direktur dan tim Daerah kopi.

Kata kunci: AISAS Model, TikTok, Promosi



ABSTRACT

**Claudia Natania/64180330/2024/ Social Media Marketing On Tiktok "Daerah Kopi"
Period November 2023 - Febuary 2024/ Supervisor: Dr. Imam Nuraryo, M.A**

The use of Social Media is increasing as Internet Technology increases. Currently, TikTok Social Media is much favored by the public, especially among Gen Z because it is considered easy to use and easy to spread. Not only for entertainment today, TikTok Social Media is used as Promotional and Information Media in various business circles and various business sectors. With the high and public interest in TikTok Social Media, the Daerah Kopi decided to use TikTok Social Media as its Promotional Media which aims to increase Brand Awareness in Daerah Kopi TikTok community.

This research uses a theory based on marketing communication, AISAS theory which is a pattern of consumer interest behavior. This theorie aim to see changes in consumer approaches and purchasing decisions towards the Daerah Kopi against the background of TikTok Social Media Utilization.

The subjects of this study are the President Director, Baristas or workers and consumers who are directly related to the Daerah Kopi. The research design used is a Qualitative Method with a Descriptive Qualitative Approach. Data collection techniques using structured direct interviews.

From the results of the research that has been carried out concluded that AISAS (Attention, Interest, Search, Action and Share) conducted by the Daerah Kopi have been carried out through several processes, namely the approval of the President Director and negotiations with the existing team about the concept to be created and produce positive things in the Daerah Kopi with the arrival of new consumers who know the Daerah Kopi from TikTok Social Media.

Based on this research, researchers concluded that the application of AISAS (Attention, Interest, Search, Action and Share) in the Daerah Kopi was successfully implemented which went well and had a positive impact on the Daerah Kopi by using TikTok Social Media as a Promotional Media with concepts and systems that have been determined and approved by the Director and Daerah Kopi team.

Keywords: AISAS Model, TikTok, Promotion



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena kebaikan dan hikmat-Nya yang menuntun penelitian ini hingga selesai dan pengerjaan penelitian ini dengan judul “Social Media Marketing Pada Tiktok “Daerah Kopi” Periode November 2023 Febuari 2024”. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam penulisan penelitian ini peneliti juga menghadapi kendala, oleh karena usaha yang maksimal dan berkat dari Tuhan memberi peneliti serta bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka peneliti dapat menyelesaikan penelitian. Maka dari itu penelitian ingin menghantarkan ucapan Terima Kasih ,diantaranya kepada:

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan , doa, dan biaya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian.
2. Dr. Imam Nuraryo, S.Sos., M.A. (Comms) selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dan selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan masukan berupa kritik dan saran.
3. Ibu Tanty Dewi Permessanty, S.Sos., MM selaku dosen mata kuliah *Seminar Marketing Communication* yang telah memberikan pelajaran sehingga dapat berguna dalam penyelesaian penelitian ini.
4. Ibu Glorya, S.Sos., M.Si selaku dosen mata kuliah *Introduction to Marketing Communication* dan *Integrated Marketing communication* yang telah memberikan pelajaran sehingga dapat berguna dalam penyelesaian penelitian ini.



5. Ibu Siti Meisyaroh S.Sos, M.Soc.Sc, Pak Deavvy MRY Johassan S.Sos. M.Si., serta para dosen Ilmu Komunikasi dan semua pihak yang terlibat di Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

6. Kevin Aprilia, Natasya Ramadanti, Inaya telah meluangkan waktu dan berbagi pengalaman untuk wawancara selama pelaksanaan penelitian.

7. Roselina yang telah memberikan masukan dan semangat selama penulis menulis penelitian.

Penyusun menyadari bahwa penulisan maupun isi jauh dari kata sempurna, maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun apabila masih terdapat penulisan yang kurang baik maka peneliti sangat terbuka pada masukan, saran atau kritik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 16 Februari 2024

Claudia Natania



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	3
ABSTRACT	4
KATA PENGANTAR	5
DAFTAR ISI	7
DAFTAR GAMBAR	9
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. LATAR BELAKANG MASALAH	Error! Bookmark not defined.
B. RUMUSAN MASALAH.....	Error! Bookmark not defined.
C. IDENTIFIKASI MASALAH	Error! Bookmark not defined.
D. TUJUAN PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
E. MANFAAT PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. LANDASAN TEORITIS.....	Error! Bookmark not defined.
1. Teori AISAS.....	Error! Bookmark not defined.
2. Sosial Media Marketing	Error! Bookmark not defined.
3. Komunikasi Interaktif	Error! Bookmark not defined.
4. Promosi	Error! Bookmark not defined.



5. Media Sosial..... **Error! Bookmark not defined.**

6. TIKTOK..... **Error! Bookmark not defined.**

B. PENELITIAN TERDAHULU..... **Error! Bookmark not defined.**

C. KERANGKA PEMIKIRAN..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN..... **Error! Bookmark not defined.**

A. SUBJEK PENELITIAN..... **Error! Bookmark not defined.**

B. DESAIN PENELITIAN..... **Error! Bookmark not defined.**

C. JENIS DATA **Error! Bookmark not defined.**

D. TEKNIK PENGUMPULAN DATA **Error! Bookmark not defined.**

E. TEKNIK ANALISA DATA..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... **Error! Bookmark not defined.**

A. GAMBARAN UMUM **Error! Bookmark not defined.**

1. Profil Daerah Kopi **Error! Bookmark not defined.**

2. Latar Belakang, Visi, Misi Daerah Kopi... **Error! Bookmark not defined.**

B. ANALISIS **Error! Bookmark not defined.**

C. HASIL PEMBAHASAN **Error! Bookmark not defined.**

BAB V PENUTUP **Error! Bookmark not defined.**

A. KESIMPULAN..... **Error! Bookmark not defined.**

B. SARAN **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA..... **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN **Error! Bookmark not defined.**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 TikTok Daerah Kopi	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.1 AISAS Model.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Logo Daerah Kopi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.2 Jadwal bulanan konten TikTok Daerah Kopi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.3 Diskusi konten	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.4 <i>briefing</i> kepada talent.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.5 Proses pengambilan konten.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.6 <i>Editing</i> konten.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.7 Pengikut TikTok Daerah Kopi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.8 komentar pada akun TikTok Daerah Kopi....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.9 <i>Direct message</i>	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.10 Pencarian kata Daerah Kopi di TikTok	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.11 <i>Video Analysis</i> pada konten.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.12 <i>Event</i> ulang tahun.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.13 <i>Event</i> Nobar	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.14 Dokumentasi bersama <i>Inaya customer</i> Daerah Kopi.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.15 <i>Blog</i> yang <i>mereview</i> Daerah Kopi	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.16 <i>Tag</i> dari konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.17 <i>Tag</i> dari Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.18 <i>Tag</i> dari konsumen.....	Error! Bookmark not defined.



Gambar 4.19 Tag dari Konsumen..... **Error! Bookmark not defined.**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.