



**STRATEGI AFFILIASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN TERHADAP BRAND *KINGLUCKY***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

BELA DAMAYANTI

44319110059

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**STRATEGI AFFILIASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN TERHADAP BRAND *KINGLUCKY***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

BELA DAMAYANTI

44319110059

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bela Damayanti
NIM : 44319110059
Fakultas/ Program Studi : Ilmu Komunikasi/ Komunikasi Pemasaran dan Periklanan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Strategi Afiliasi *TikTok* dalam Meningkatkan Penjualan terhadap *Brand KingLucky*”
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 7 Februari 2026
Yang Menyatakan



Bela Damayanti

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

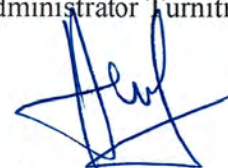
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Bela Damayanti
NIM : 44319110059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Periklanan

Dengan judul “ STRATEGI AFFILIASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TERHADAP BRAND KINGLUCKY”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 27 Februari 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 24%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 07 Maret 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Bela Damayanti
NIM : 44319110059
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Strategi Afiliasi *TikTok* dalam Meningkatkan Penjualan terhadap *Brand KingLucky*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 7 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing


Dr. Farid Hamid, M.Si.

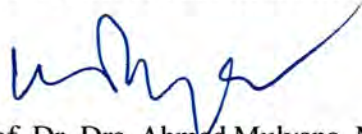
NIDN: 0301117301

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Drs. Ahmad Mulyana, M.Si.

NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid, M.Si.

NIDN: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Marketing Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Drs. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
4. Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
5. Suami, keluarga dan teman seangkatan 2019 Universitas Mercu Buana yang mendukung pembuatan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 7 Februari 2026

Bela Damayanti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bela Damayanti
NIM : 44319110059
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul Skripsi : Strategi Afiliasi *TikTok* dalam Meningkatkan Penjualan terhadap *Brand KingLucky*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusixe Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta da sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Februari 2025

Yang Menyatakan



Bela Damayanti

**STRATEGI AFFILIASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
TERHADAP BRAND KINGLUCKY
BELA DAMAYANTI**

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam praktik pemasaran digital, khususnya melalui pemanfaatan platform TikTok sebagai media promosi berbasis konten. Salah satu strategi yang berkembang adalah program TikTok Affiliate, yaitu kerja sama antara brand dan kreator konten dalam mempromosikan produk melalui video pendek yang terintegrasi dengan fitur pembelian langsung. Strategi ini memungkinkan penyampaian informasi produk secara lebih personal, interaktif, dan berbasis pengalaman pengguna, sehingga berpotensi meningkatkan brand awareness, kepercayaan konsumen, serta keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi afiliasi TikTok yang diterapkan oleh brand KingLucky dalam aktivitas pemasaran digitalnya. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran digital, influencer marketing, serta konsep user-generated content yang menekankan pentingnya keaslian pesan, kredibilitas komunikator, dan relevansi konten dalam mempengaruhi persepsi audiens. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivistik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada informan internal brand, afiliator, serta pengguna TikTok sebagai audiens, dan diperkuat dengan dokumentasi konten affiliate. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi TikTok Affiliate KingLucky dijalankan melalui pemilihan produk yang sesuai dengan karakteristik platform, seleksi afiliator berdasarkan relevansi audiens dan performa konten, pemberian kebebasan kreatif dalam pembuatan konten, serta monitoring performa secara berkala. Konten affiliate yang efektif umumnya menampilkan demonstrasi produk secara langsung, pengalaman penggunaan nyata, serta penyampaian yang natural dan tidak bersifat hard selling. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan eksposur merek, membangun kepercayaan konsumen, serta mendorong interaksi dan keputusan pembelian audiens.

Kata kunci: TikTok Affiliate, pemasaran digital, influencer marketing, brand awareness, konten media social

**TIKTOK AFFILATE STRATEGY IN ICREASING SALES OF THE KINGLUCKY
BRAND
BELA DAMAYANTI**

ABSTRACT

The development of social media has significantly transformed digital marketing practices, particularly through the use of TikTok as a content-based promotional platform. One of the emerging strategies is the TikTok Affiliate program, which involves collaboration between brands and content creators to promote products through short-form videos integrated with direct purchasing features. This strategy enables product information to be delivered in a more personal, interactive, and experience-based manner, potentially increasing brand awareness, consumer trust, and purchase decisions.

This research aims to describe the TikTok affiliate strategy implemented by the KingLucky brand in its digital marketing activities. The study applies digital marketing communication theory, influencer marketing concepts, and user-generated content perspectives that emphasize message authenticity, communicator credibility, and content relevance in shaping audience perception. The research uses a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm. Data collection techniques include in-depth interviews with internal brand representatives, affiliates, and TikTok users as audience informants, supported by documentation of affiliate content. Data analysis follows the Miles and Huberman model, including data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results show that KingLucky's TikTok Affiliate strategy is implemented through product selection aligned with platform characteristics, affiliate selection based on audience relevance and content performance, creative freedom in content production, and periodic performance monitoring. Effective affiliate content generally includes direct product demonstrations, real usage experiences, and natural delivery without hard-selling approaches. This strategy has proven effective in increasing brand exposure, building consumer trust, and encouraging audience interaction and purchasing decisions.

Keywords: TikTok Affiliate, digital marketing, influencer marketing, brand awareness, social media content.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pemasaran	20
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	22
2.2.3 <i>Affiliate Marketing</i>	23
2.2.4 Media Sosial	24
2.2.5 <i>TikTok</i>	25
2.2.6 <i>TikTok Affiliate</i>	26

2.2.7 Kredibilitas Sumber	26
2.2.8 <i>Brand Awareness</i>	28
2.2.9 <i>Engagement</i> & Metrik Keterlibatan Digital.....	29
2.2.10 Komunikasi Pemasaran Digital	29
2.2.11 <i>KingLucky</i>	31
2.3 Kerangka Berpikir.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Subjek Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	37
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.5.1 Reduksi Data.....	39
3.5.2 Penyajian Data.....	40
3.5.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	40
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	41
3.6.1 Triangulasi Sumber Data	41
3.7 Kerangka Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum objek Penelitian.....	43
4.1.1 Profil <i>KingLucky</i>	43
4.1.2 Profil Informan	44
4.2 Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Strategi Afiliasi <i>TikTok</i> yang Diterapkan <i>KingLucky</i>	49
4.2.1.1 Tahap Perencanaan dalam Penerapan Strategi Afiliasi <i>KingLucly</i> di <i>TikTok</i>	50
4.2.1.2 Implementasi Strategi <i>TikTok Affiliate</i> dalam Aktivitas Pemasaran .	57
4.2.1.3 Hasil Strategi <i>TikTok Affiliate</i> terhadap <i>Brand Awareness KingLucky</i> 60	
4.2.2 Kriteria Produk dalam Strategi <i>TikTok Affiliate KingLucky</i>	63
4.2.3 Konten <i>Affiliate KingLucky</i> yang Efektif di <i>TikTok</i>	65

4.3 Tantangan dan Hambatan	70
4.4 Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	77
5.2.1 Saran Praktis	77
5.2.2 Saran Teoritis.....	78
5.2.3 Saran Akademis.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Profile KingLucky</i>	5
Gambar 1.2 Konten <i>Affiliator KingLucky</i> di <i>TikTok</i>	6
Gambar 4.1 Logo <i>KingLucky</i>	3
Gambar 4.2 Tampilan Konten <i>TikTok Affiliate KingLucky</i> oleh akun <i>@cikaasiska_</i>	66
Gambar 4.3 Tampilan Konten <i>TikTok Affiliate KingLucky</i> oleh akun <i>@aethetism.co</i>	67
Gambar 4.4 Tampilan Konten <i>TikTok Affiliate KingLucky</i> oleh akun <i>@hasan_ddn</i>	67
Gambar 4.5 Tampilan Konten <i>TikTok Affiliate KingLucky</i> oleh akun <i>@anggialfary</i>	68
Gambar 4.6 Tampilan Konten <i>TikTok Affiliate KingLucky</i> oleh akun <i>@vanirazoan</i>	68
Gambar 4.7 Tampilan Konten <i>TikTok Affiliate KingLucky</i> oleh akun <i>@aethetism.co</i>	69
Gambar 4.8 Tampilan Konten <i>TikTok Affiliate KingLucky</i> oleh akun <i>@hasan_ddn</i>	69
Gambar 4.9 Tampilan Konten <i>TikTok Affiliate KingLucky</i> oleh akun <i>@vanirazoan</i>	70



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 HASIL TRANSKRIP WAWANCARA.....	83
Lampiran 2 CV (Curriculum Vitae).....	96

