



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN
@MAJOOINDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN
APLIKASI WIRAUSAHA**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
(S-1) Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

**KIAGUS NABIL AKBAR L
(44316110110)**

**BIDANG STUDI PERIKLANAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communications
Kiagus Nabil Akbar L
44316110110

Pemanfaatan Media Sosial TikTok Pada Akun @majooindonesia sebagai media promosi pemasaran aplikasi wirausaha.
Bibliografi: 5 Bab 80 halaman + Lampiran + 17 Buku + 12 Jurnal + 13 Internet

ABSTRAK

Media sosial TikTok merupakan sebuah media baru yang saat ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam melakukan aktifitas promosi pemasaran. Salah satunya adalah media sosial TikTok @majooindonesia yang dimanfaatkan sebagai media promosi pemasaran aplikasi wirausaha. Berbagai cara promosi dilakukan dengan mengedukasi, menghibur, menginformasi serta memberikan tanggapan langsung terhadap pengguna TikTok lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan TikTok @majooindonesia sebagai media promosi pemasaran aplikasi wirausaha. Penelitian ini menggunakan landasan sosial media marketing oleh Dave Chaffey. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Post Positivisme, dengan metode penelitian Deskriptif Kualitatif. Subyek penelitian merupakan pihak yang terlibat langsung dalam mengelola akun media sosial TikTok @majooindonesia.

Hasil dari penelitian ini adalah TikTok @majooindonesia dalam mempromosikan produknya melalui media TikTok memanfaatkan fitur-fitur yang ada dan konten menarik sebagai media promosi dalam menarik pelanggannya. Observasi yang diperoleh yakni PT. Majoo Teknologi Indonesia telah memanfaatkan media sosial dalam pemasarannya di TikTok yang dilengkapi dengan caption, hastag, audio musik dan konsep yang menarik. Sehingga secara perlahan mulai dikenal dan semakin banyak followers pada akun TikTok @majooindonesia.

Kata Kunci: Media Baru, Media Sosial TikTok @majooindonesia, Media Promosi Pemasaran



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Advertising & Marketing Communications
Kiagus Nabil Akbar L
44316110110

Pemanfaatan Media Sosial TikTok Pada Akun @majooindonesia sebagai media promosi pemasaran aplikasi wirausaha.

Bibliography: 5 Chapters 80 Pages + Attachments + 17 books + 12 Journals + 13 Internet

ABSTRACT

TikTok social media is a new media used by business actors in conducting marketing promotions. One of them is the social media TikTok @majooindonesia which is used as a marketing promotion media for entrepreneurial applications. Various ways of promotion are carried out by educating, entertaining, informing and providing direct responses to other TikTok users.

This study aims to find out how to use TikTok @majooindonesia as a marketing promotion media for entrepreneurial applications. This study uses the social media marketing platform by Dave Chaffey. The paradigm used in this study is Post Positivism, with qualitative descriptive research methods. The research subjects are those who are directly involved in managing the TikTok @majooindonesia social media account.

The results of this study are TikTok @majooindonesia in promoting through TikTok media utilizing existing features and interesting content as promotional media in attracting customers. The observations obtained are PT. Majoo Teknologi Indonesia has used social media in its marketing on TikTok which is equipped with captions, hashtags, audio music, and interesting concepts. Slowly getting known and getting more followers on the TikTok account @majooindonesia.

Keywords: *New Media, TikTok Social Media @majooindonesia, Marketing Promotion Media*



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kiagus Nabil Akbar L
NIM : 44316110110
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN @MAJOOINDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN APLIKASI WIRAUSAHA** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan,



(Kiagus Nabil Akbar L)

Mengetahui,

Pembimbing

(Engga Probi Endri, M.A.)

Ketua Bidang Studi

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Kiagus Nabil Akbar L
NIM : 44316110110
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications
Judul : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN
@MAJOOINDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PEMASARAN APLIKASI WIRAUSAHA

Jakarta, 23 Agustus 2022 T A S

MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing



(Engga Probi Endri, M.A)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Kiagus Nabil Akbar L
NIM : 44316110110
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications
Judul : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN
@MAJOOINDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PEMASARAN APLIKASI WIRAUSAHA

Jakarta, 23 Agustus 2022

Ketua Sidang : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (.....)

Penguji Ahli : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed (.....)

Pembimbing : Engga Probi Endri, M.A (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA AKUN @MAJOOINDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI PEMASARAN APLIKASI WIRAUSAHA**

Nama : Kiagus Nabil Akbar L

NIM : 44316110110

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 23 Agustus 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi

Advertising & Marketing Communication

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Pembimbing

(Engga Probi Endri, M.A)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah *Subhanahu Wa Ta'ala*. Berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Tugas akhir skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program Sarjana Komunikasi Bidang Studi Digital Marketing Komunikasi dan Advertising. Penulis memahami tanpa bantuan, do'a, dan bimbingan dari semua orang akan sulit untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada;

1. Bapak Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dengan sangat baik selama penyusunan tugas akhir skripsi ini;
2. Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed selaku Ketua Jurusan Digital Marketing Komunikasi dan Advertising;
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana;
4. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan selaku Dosen Pembimbing Akademik;
5. Seluruh dosen pengajar peneliti selama berkuliah di Universitas Mercu Buana;
6. Kedua Orang tua Peneliti Irzan Luthfie dan Rona Fitri, Istri peneliti tercinta Lina Agustina, serta Kakak dan Adik peneliti yang selalu mendukung;

Akhir kata, penulis menyadari bahwa kebenaran hanya milik Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* dan kesalahan serta kekurangan datanganya dari diri penulis sendiri, sehingga tugas ini sangat jauh dari kesempurnaan, disebabkan keterbatasan ilmu dan kodrat penulis sebagai manusia biasa. Oleh karena itu, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kesalahan data, penyusunan, serta penyajian tugas akhir ini.

Jakarta, Agustus 2022

Kiagus Nabil A. L

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Fokus Penelitian	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Praktis	15
1.4.2 Manfaat Sosial	15
BAB II TINJUAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kerangka Konsep	20
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	20
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Jasa	23
2.2.3 Pasar Bisnis B2B	25
2.2.4 Promosi	26
2.2.5 Media Baru	27
2.2.6 Media Sosial	31
2.2.6.1 Pemanfaatan Media Sosial	34
2.2.6.2 Dave Chaffey of Social Media Marketing	39
2.2.7 TikTok	41
2.2.6.1 TikTok Dalam Promosi dan Pemasaran	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Paradigma Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Subjek Penelitian	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Data Primer	49
3.4.2 Data Sekunder	51
3.5 Teknik Analisis Data	52
3.6 Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.1.1 Profil Majoo	56
4.1.2 Profil TikTok @majooindonesia	57

4.2 Hasil Penelitian	58
4.2.1 Proses Pencarian Informasi	60
4.2.2 Observasi Akun TikTok @majooindonesia	60
4.2.3 Wawancara Dengan Informan	70
4.2.4 Media Sosial TikTok.....	70
4.2.5 TikTok @majooindonesia Sebagai Media Promosi	72
4.2.6 Pemanfaatan Fitur-Fitur TikTok @majooindonesia dalam mempromosikan produk / jasa	74
4.3 Pembahasan	75
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.1 Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Majoo dari tahun 2019-2021	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Subjek Penelitian	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Global Pada Tahun 2022	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	4
Gambar 1.3 Negara dengan Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terbanyak	7
Gambar 1.4 Media Sosial Dengan Download Terbanyak	8
Gambar 1.5 Media Sosial Instagram KemenkopUKM	11
Gambar 1.6 Media Sosial Instagram Aplikasi Wirausaha Majoo	12
Gambar 1.7 Perbandingan Jumlah Followers Akun TikTok	13
Gambar 4.1 Foto Profil TikTok @majooindonesia	57
Gambar 4.2 Media Sosial TikTok Aplikasi Wirausaha Majoo.....	61
Gambar 4.3 Teknik Iklan Pada Akun TikTok Majoo	63
Gambar 4.4 Teknik <i>Story Telling</i> Pada Akun TikTok Majoo	64
Gambar 4.5 Teknik Komedi Pada Akun TikTok Majoo	65
Gambar 4.6 Teknik Tagar Pada Akun TikTok Majoo	66
Gambar 4.7 Teknik <i>Feedback</i> Pada Akun TikTok Majoo	67
Gambar 4.8 Teknik Audio musik Pada Akun TikTok Majoo	68
Gambar 4.9 Teknik Promosi Pada Akun TikTok Majoo.....	69
Gambar 4.10 Teknik Diskon Pada Akun TikTok Majoo	69
Gambar 4.11 Teknik <i>Giveaway</i> Pada Akun TikTok Majoo	70