



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @KOPIBOR.ID SEBAGAI  
MEDIA PROMOSI**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Satu (S1) Ilmu  
Komunikasi Bidang Studi Digital Communication

**Disusun Oleh :**

**Rivaldy Syahputra**

**44516010027**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rivaldy Syahputra  
NIM : 44516010027  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @KOPIROR.ID** 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.

Jakarta, 13 September 2022  
Yang membuat pernyataan,




METERAI  
TEMPEL  
20  
FFAAKX158024220

(Rivaldy Syahputra)

Mengetahui,

Pembimbing



(Muthia Rahayu, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Rivaldy Syahputra  
NIM :44516010027  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital Communication  
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok @kopibor.id Sebagai Media Promosi

21 Juli 2022  
Mengetahui,  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MUTHIA RAHYU  
MERCU BUANA  
(Muthia Rahyu, M.Ikom)

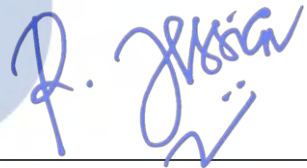
## LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Rivaldy Syahputra  
NIM : 44517010006  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Digital  
Communication  
Judul : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok @kopibor.id Sebagai Media Promosi

Jakarta, 21 Juli 2022

Ketua Sidang,

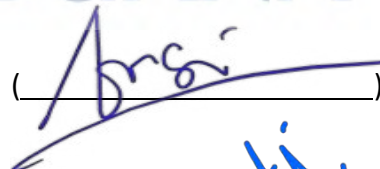
Rika Yessica Rahma, M.Ikom



(\_\_\_\_\_)

Penguji Ahli,

Christina Arsi Lestari, M.Ikom



(\_\_\_\_\_)

Pembimbing,

Muthia Rahayu, M.Ikom



(\_\_\_\_\_)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : **“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @KOPIBOR.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI”**

Nama : Rivaldy Syahputra

NIM 44516010027

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 3 September 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Dosen Pembimbing

(Muthia Rahayu, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi

(Rika Yessica, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi  
Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu

(Dr Farid Hamid Umarella M.Si)

## KATA PENGANTAR

Tiada kata yang paling indah selain puji dan rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, sehingga tidak ada setetes embun pun dan segelintir jiwa manusia yang lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul: “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok @Kopibor.id Sebagai Media Promosi” yang merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan laporan skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Terutama kepada keluargaku yang tercinta, Mamahku Ulfa Emilia dan Papahku Jajat Munajat yang selalu mendo'akan serta memberikan semangat yang luar biasa dan memberikan dukungan moril maupun materil.

Ucapan terima kasih ini penulis sampaikan juga kepada orang yang penulis hormati dan sayangi dengan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah mendukung proses penulisan skripsi ini, Dan semua pihak yang telah ikut turut mebantuu menyuksekskan penyusunan skripsi ini dari titik awal hingga akhir. Dengan demikian penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Muthia Rahayu, M.Ikom sebagai Dosen Pembimbing.
2. Ibu Suryaning Hayati, M.Ikom sebagai Kaprodi Digital Communication.
3. Ibu DR. Elly Yuliawati M.Si sebagai dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Untuk seluruh staf akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Kepada Kopi Buatan Orang Rumah.
7. Kepada M Ridho Asmoro selaku narasumber yang berkenan untuk berbagi informasi dan membantu penulis menyelesaikan penulisan ini.
8. Kepada Nindita Salsabila Putri selaku narasumber yang berkenan untuk berbagi informasi dan membantu penulis menyelesaikan penulisan ini.
9. Kepada Nindita Salsabila Putri selaku narasumber yang berkenan untuk berbagi informasi dan membantu penulis menyelesaikan penulisan ini.
10. Kepada Gims Viega selaku narasumber yang berkenan untuk berbagi informasi dan membantu penulis menyelesaikan penulisan ini.
11. Keluarga besar Digital Communication yang tidak bisa dituliskan satu persatu.
12. Teman-teman diluar yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah S.W.T selalu memberikan balasan yang setimpal atas seluruh bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari segenap pembaca. Akhirnya, semoga laporan tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat terutama bagi pihak-pihak yang tertarik untuk mengkaji dan mengembangkannya.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis .....	16
2.2.1 Komunikasi Digital .....	16
2.2.2 New Media.....	19
2.2.3 Media Sosial.....	22
2.2.4 Tiktok.....	25
2.2.5 Promosi Digital .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	36



3.3	Subjek Penelitian .....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5	Teknik Analisa Data .....	40
3.6	Triangulasi Sumber .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penulisan .....	44
4.1.1	Kegiatan Umum.....	45
4.1.2	Logo.....	46
4.1.3	Menu.....	46
4.1.4	Outlet Kopi Buatan Orang Rumah .....	47
4.1.5	Struktur Organisasi .....	48
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Tujuan Promosi .....	51
4.2.2	<i>Content Marketing</i> .....	55
4.2.3	Fitur Tiktok.....	61
4.3	Pembahasan .....	64
4.3.1	Tujuan Promosi .....	65
4.3.2	<i>Content Marketing</i> .....	67
4.3.3	Penggunaan Tiktok Sebagai Media Promosi.....	70
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran .....	75
5.2.1	Saran Akademis.....	75
5.2.2	Saran Praktis.....	76
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>