



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @ERIGO.STORE SEBAGAI MEDIA
PROMOSI DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***

(Periode Juli 2020 – Desember 2022)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun oleh:
Hendrik Kurniawan

44318120042

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hendrik Kurniawan
NIM : 44318120042
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial TikTok @erigo.store Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.



Jakarta, 28 Agustus 2023



Hendrik Kurniawan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi diajukan oleh :

Nama : Hendrik Kurniawan
NIM : 44318120042
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial TikTok @erigo.store Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Program Studi/Bidang Studi Advertising & Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.


Disahkan oleh:

Pembimbing 1	: Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si	()
NIDN	: 0312046707	
Ketua Penguji	: Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed	()
NIDN	: 0316088201	
Penguji Ahli	: M. Taufik Hidayat, M.Ikom	()
NIDN	: 8834360018	

Jakarta, 19 Agustus 2023, Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si


Dr. Farid Hamid, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi kualitatif dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok @erigo.store Sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan *Brand Awareness*” ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Digital Advertising and Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak, baik moril maupun materi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah M.Si selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi ini yang selalu memberikan bimbingan, dukungan, tenaga, waktu dan pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Mochamad Taufik Hidayat S.Sos, M.Ikom selaku dosen penguji ahli skripsi yang telah memberikan dukungan serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Eka Perwitasari M.Ed selaku ketua Sidang skripsi yang telah memberikan semangat, dukungan, waktu, serta pikiran selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
4. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Melly Ridaryanthi S.S., M.Com, Ph.D selaku Sekretaris Bidang Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

7. Bapak Riki Arswendi S.Sos, M.Ikom sebagai dosen, bapak, abang, yang juga selalu mendukung saya, membantu saya dalam segala hal, banyak memberikan sekali bantuan baik berupa pikiran, tenaga dan waktu.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing *Communication & Advertising* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat serta nilai yang baik selama masa perkuliahan.
9. Kedua orang tua saya tercinta, Alm. Bpk Sadiman Ayah saya tercinta dan Ibu Tarsiyah yang selalu setia mendoakan dan mendukung serta memberi semangat penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
10. Kepada teman-teman satu angkatan kuliah saya yang menemani dari awal perkuliahan Endina Novita Sari, Tatik Saputri, dan Ananda Vicy Setiawan yang selalu memberikan bantuan, dan mendukung saya dalam segala hal.
11. Ibu Sesilia Deby Permatasari selaku *Marketing Officer Erigo* yang membantu penulis dalam melakukan penelitian.
12. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2023

Hendrik Kurniawan

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Hendrik Kurniawan
NIM : 44318120042
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial TikTok @erigo.store Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** (*Non-exclusive 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 dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Agustus 2023




Hendrik Kurniawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Kajian Teoritis.....	24
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	24
2.2.2 <i>Integrated Marketing Communications</i> (IMC).....	29
2.2.3 Promosi.....	30
2.2.4 Media Sosial	31
2.2.5 Tiktok.....	32
2.2.6 <i>Brand Awareness</i>	36
2.2.7 <i>Social Media Marketing</i>	37
2.2.8 New Media	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42

3.2 Metode Penelitian.....	42
3.3 Subjek Penelitian.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Data Primer.....	44
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	47
4.1.2 Profile Perusahaan.....	49
4.2 Hasil Penelitian	49
4.2.1 Bauran Pemasaran	49
4.2.2 Media Sosial Promosi (TikTok).....	52
4.2.3 <i>Social Media Marketing</i>	54
4.2.4 Konsep New Media	55
4.2.5 Konten Promosi	55
4.2.6 Pemanfaatan TikTok sebagai Media Promosi @erigo.store dalam meningkatkan Kesadaran Merek pada Calon Konsumen.....	58
4.3 Pembahasan.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
5.2.1 Saran Akademis.....	75
5.2.2 Saran Praktis.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Erigo di Times Square AS	4
Gambar 1.2 Grafik data pengguna aktif Tiktok terbesar di dunia	6
Gambar 1.3 Komentar pada konten Tiktok @erigo.store	7
Gambar 1.4 Akun Tiktok @erigo.store dan konten erigo.....	8
Gambar 1.5 Akun Tiktok @erigo.store dan konten erigo.....	9
Gambar 1.6 Akun Tiktok @erigo.store dan konten erigo.....	10
Gambar 1.7 Akun Tiktok @erigo.store dan konten erigo.....	11
Gambar 2.2 Piramida Kesadaran Merek.....	36
Gambar 4.1 Logo PT. Idea Solusi Indonesia (Erigo).....	48
Gambar 4.2 Konten @erigo.store “Referensi Style”	59
Gambar 4.3 Konten @erigo.store “Visit Booth Erigo Tour”	59
Gambar 4.3 Konten @erigo.store “Product Knowledge”	60
Gambar 4.4 Konten @erigo.store “Visit Booth Erigo Tour”	61
Gambar 4.5 Total items yang terjual di TikTok @erigo.store.....	63
Gambar 4.6 Booth Erigo di Mall Lotte Shopping Aveneue	63
Gambar 4.7 Lounching produk kolaborasi Erigo x JKT48.....	65
Gambar 4.8 Komentar audiens terkait konten di @erigo.store.....	66
Gambar 4.9 Konten Erigo momen akhir tahun dan momen lebaran	67
Gambar 4.10 Penggunaan caption dan hashtag di @erigo.store.....	69
Gambar 4.11 Penggunaan Sound/musik tambahan di konten TikTok @erigo.store	70
Gambar 4.12 Live Tiktok @erigo.store.....	71
Gambar 4.13 Jumlah peningkatan followers Tiktok @erigo.store	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Penelitian Terdahulu.....	12
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Transkrip Wawancara dengan pihak Erigo	82
LAMPIRAN 2 Transkrip Wawancara dengan konsumen Erigo.....	85
LAMPIRAN 3 Dokumentasi Wawancara (Sesilia Deby Permatasari & Sayidatin Marwah, Rafid Ananda Syahrin)	93
LAMPIRAN Surat Perijinan Penelitian.....	95
LAMPIRAN 5 <i>Curriculum Vitae</i>	96

