



**DIGITAL MARKETING CRETIVOX DALAM  
MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI MELALUI KONTEN  
KREATIF PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK @CRETIVOX**



**LAPORAN SKRIPSI**

**UNIVERSITAS** Shafi Tifany Setiawan **S**  
**MERCU BUANA**  
44520010039

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shafi Tifany Setiawan  
NIM : 44520010039  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Digital Marketing Cretivox Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Konten Kreatif Pada Media Sosial Tiktok @Cretivox

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, 30 Desember 2023



Shafi Tifany Setiawan

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Shafi Tifany Setiawan  
NIM : 44520010039  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Digital Marketing Cretivox Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Konten Kreatif Pada Media Sosial Tiktok @Cretivox

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Digital Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom (  )  
NIDN : 0326089202  
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si (  )  
NIDN : 0301117301  
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, S.Ikom, M.A (  )  
NIDN : 0317089402

Jakarta, 5 Januari 2024

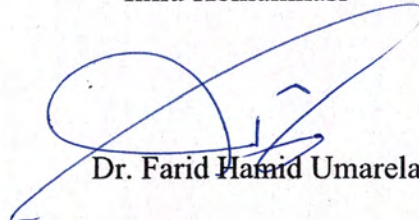
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan dukungan sehingga penelitian yang peneliti susun dalam rangka menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Digital Marketing Cretivox Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Konten Kreatif Pada Media Sosial TikTok @cretivox”** dapat selesai dengan lancar.

Tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih terhadap bantuan moril maupun materil yang diberikan oleh kedua orang tua yang telah membuat peneliti bersemangat sehingga penelitian ini telah selesai. Izinkanlah peneliti menyampaikan terimakasih dan rasa penghargaan sebanyak banyaknya kepada pihak yang berjasa memberikan pembelajaran dan motivasi dalam rangka penyelesaian penelitian ini, antara lain :

1. Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom sebagai dosen pembimbing peneliti yang selalu memberikan waktu, saran, masukan dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom selaku Dosen Mata Kuliah Tugas Akhir Peneliti.
3. Bapak Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A selaku Sekertaris Program Studi Komunikasi Digital Universitas Mercu Buana Jakarta
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu buana Jakarta.

5. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu yang berharga.
7. Seluruh Staff Tata Usaha Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu dalam mengurus dokumen tugas akhir.
8. Kedua orang tua peneliti yaitu Bapak Sukariawan dan Ibu Titin Imamah yang selalu mendukung serta memfasilitasi.
9. Teman dekat sekaligus calon pendamping hidup yang telah memberikan dukungan serta bantuan moril sehingga membuat peneliti berambisi untuk cepat menyelesaikan penelitian ini.
10. Alfiani anggota safitri selaku teman seperjuangan yang telah berjuang bersama dalam mengerjakan penelitian ini.
11. Seluruh key informan dan informan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk diwawancarai oleh peneliti.

Peneliti sangat berharap semoga penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi para pembacanya dan sebagai peneliti merasa bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman peneliti. Untuk itu peneliti menerima kritik dan saran membangun untuk memperlengkap penelitian ini.

Jakarta, September 2023

Peneliti

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

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

Nama	: Shafi Tifany Setiawan
NIM	: 44520010039
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi	: Digital Marketing Cretivox Dalam Mempertahankan Eksistensi Melalui Konten Kreatif Pada Media Sosial TikTok @cretivox

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.

Jakarta, Desember 2023

Yang menyatakan,



( Shafi Tifany Setiawan )

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Akademis .....	14
1.4.2 Manfaat Praktis .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	16
2.2 Kajian Teoritis.....	24
2.2.1 Komunikasi Digital .....	24
2.2.2 CMC (Computer Mediated Communication) .....	25
2.2.3 Digital Marketing .....	26
2.2.4 Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	31
2.2.5 Media Sosial ( <i>Social Media</i> ).....	32
2.2.6 Konten Sebagai Pesan Komunikasi .....	34
2.2.7 Eksistensi .....	44

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Subjek Penelitian.....	47
3.3.1 Key Informan .....	47
3.3.2 Informan.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1 Data Primer .....	50
3.4.2 Data Sekunder .....	51
3.5 Teknik Analisis Data.....	51
3.5.1 Reduksi Data .....	52
3.5.2 Penyajian Data .....	52
3.5.3 Penarikan Kesimpulan .....	53
3.6 Teknik Keabsahan Data .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	55
4.1.1 Profil Cretivox.....	55
4.1.2 Struktur Organisasi .....	57
4.1.3 TikTok Cretivox.....	58
4.2 Hasil Penelitian .....	60
4.2.1 Tujuan Cretivox Menggunakan Media Sosial TikTok.....	61
4.2.2 Karakteristik Media Sosial TikTok Cretivox .....	63
4.2.3 Konsep Konten Kreatif Pada Konten TikTok @cretivox .....	65
4.2.4 TikTok Sebagai Digital Marketing Cretivox (RACE).....	71
4.3 Pembahasan.....	84
4.3.1 Komunikasi Digital Cretivox Melalui Konten Media Sosial.....	84
4.3.2 Konten Kreatif Sebagai Pesan Komunikasi Cretivox Kepada Khalayak .....	88
4.3.3 Digital Marketing Cretivox Dengan Model RACE .....	92
4.3.5 Konten Media Sosial Dalam Mempertahankan Eksistensi Cretivox Sebagai Komunitas Digital .....	97



<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>99</b>
5.1 Kesimpulan .....	99
5.2 Saran.....	101
5.2.1 Saran Akademis .....	101
5.2.2 Saran Praktis .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>103</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>108</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> <i>Overview of Social Media Use</i> .....	5
<b>Gambar 1.2</b> Konten TikTok Cretivox.....	7
<b>Gambar 1.3</b> Konten TikTok Cretivox.....	8
<b>Gambar 1.4</b> <i>Most Used Social Media Platform</i> .....	11
<b>Gambar 2.1</b> <i>Race marketing planning model</i> .....	30
<b>Gambar 4.1</b> Struktur Organisasi Cretivox.....	58
<b>Gambar 4.2</b> Profil TikTok Cretivox.....	59
<b>Gambar 4.3</b> Konten TikTok Cretivox.....	60
<b>Gambar 4.4</b> Konten Subtitle <i>Typo</i> dan <i>Overlay</i> TikTok Cretivox.....	68
<b>Gambar 4.5</b> Konten TikTok Cretivox Yang Menggunakan Musik Lucu.....	69
<b>Gambar 4.6</b> Gaya Bahasa Pada Konten TikTok Cretivox.....	69
<b>Gambar 4.7</b> Follower Growth TikTok Cretivox Bulan Oktober 2023.....	70
<b>Gambar 4.8</b> <i>Konten Original "Lo punya duit, Lo punya kuasa"</i> .....	71
<b>Gambar 4.9</b> Kumpulan Konten Versifikasi Cretivox.....	72
<b>Gambar 4.10</b> Follower Analytics TikTok Cretivox Periode 1 Okt - 5 Nov 2023 .....	75

<b>Gambar 4.11</b> <i>Engagement</i> Konten TikTok Cretivox Periode 1 Okt - 5 Nov	
2023.....	78
<b>Gambar 4.12</b> Konten TikTok Cretivox Periode 1 Okt - 5 Nov	
2023.....	80
<b>Gambar 4.13</b> Konten Cretivox Yang Berhasil Periode 1 Okt - 5 Nov	
2023.....	81
<b>Gambar 4.14</b> Bagan Hasil Penelitian.....	85



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Tabel Penelitian Terdahulu.....	17
--	----

