

ABSTRAK

Nama : Siti Kumala Damayanti
NIM : 44217120131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pemanfaatan Aplikasi Media Sosial TikTok Oleh Mal Ciputra Jakarta
Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengunjung.
Pembimbing : Dr. Elly Yuliawati, M.Si

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang bagaimana penerapan strategi 4C *Context* (konteks), *Communication* (komunikasi), *Collaboration* (kolaborasi), *Connection* (koneksi). Di era globalisasi yang berkembang pesat ditambah lagi dengan ketersediaan internet memberikan salah satu dampak positif yang melahirkan jenis media baru, yaitu media sosial. Seiring massifnya perkembangan di era digital yang ditandai dengan munculnya berbagai aplikasi yang menyediakan dukungan video yang dapat menarik pengguna media sosial. Salah satu media sosial yang sedang berkembang pesat adalah TikTok. Pertama kali Indonesia terkonfirmasi kasus Covid-19 yang kemudian membuat pemerintah menghimbau untuk para pelaku usaha untuk menutup sementara bisnisnya salah satunya Pusat Perbelanjaan atau Mal.

Dikarenakan terdapat penurunan minat pengunjung untuk datang langsung ke Pusat Perbelanjaan atau Mal karena adanya pandemi lalu. Untuk itu Mal Ciputra memanfaatkan konten-konten yang ada di aplikasi TikTok dengan mempromosikan program dan event-event yang ada. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Pemanfaatan Aplikasi Media Sosial TikTok oleh Mal Ciputra Jakarta dalam Meningkatkan Kepercayaan Pengunjung. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial TikTok yang dilakukan Mal Ciputra Jakarta ingin menjadikan TikTok sebagai saluran komunikasi yang kuat sebagai sarana promosi dan mendekatkan diri dengan calon pengunjung setia Mal Ciputra Jakarta dengan menyesuaikan komponen 4 C yakni : *Context* (konteks), *Communication* (Komunikasi), *Collaboration* (Kolaborasi), dan *Connection* (Koneksi). Fokus pada akses media sosial ini menunjukkan bahwa Mal Ciputra Jakarta mampu bersaing dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai alat untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan audiens mereka.

Kata Kunci : Kepercayaan Pengunjung, TikTok, Pemanfaatan Media Sosial

ABSTRACT

Name : Siti Kumala Damayanti
NIM : 44217120131
Study Program : Communication Sciences
Report Title : Utilization of the TikTok Social Media Application by Mal Ciputra Jakarta
In Increasing Visitor Trust.
Lecturer : Dr. Elly Yuliawati, M.Sc

This research raises the problem of how to implement the 4C strategy Context (context), Communication (communication), Collaboration (collaboration), Connection (connection). In the era of rapidly developing globalization, the availability of the internet has had a positive impact, giving birth to a new type of media, namely social media. Along with the massive development in the digital era, it is marked by the emergence of various applications that provide video support that can attract social media users. One of the social media that is growing rapidly is TikTok. This was the first time Indonesia had a confirmed case of Covid-19, which then prompted the government to appeal to business actors to temporarily close their businesses, one of which was shopping centers or malls.

This is because there is a decrease in visitor interest in coming directly to shopping centers or malls due to the last pandemic. For this reason, Ciputra Mall utilizes the content in the TikTok application by promoting existing programs and events. In this research the aim is to. analyzing the use of the TikTok social media application by Ciputra Jakarta Mall in increasing visitor trust. This research is a case study research using a qualitative approach. The results of the research show that the use of TikTok social media by Ciputra Mall Jakarta aims to make TikTok a strong communication channel as a means of promotion and getting closer to potential loyal visitors to Ciputra Mall Jakarta by adapting the 4 C components, namely: Context, Communication, Collaboration (Collaboration), and Connection (Connection). This focus on social media access shows that Ciputra Mall Jakarta is able to compete in utilizing digital technology as a tool to expand reach and increase interaction with their audience.

Keywords: Visitor Trust, TikTok, Use of Social Media