



**Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana
Social Media Entrepreneurship;
(Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist Aldira*
@Makeupbyaldira)**

TESIS

**OLEH
SUCI RAHAYU
55222110019**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**



**Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana
Social Media Entrepreneurship;
(Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist Aldira*
@Makeupbyaldira)**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**OLEH
SUCI RAHAYU
55222110019**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Suci Rahayu
NIM : 55222110019
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai
Sarana *Social Media Entrepreneurship*;
(Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist*
Aldira @makeupbyaldira)

Jakarta, 28 Juni 2024

Dosen Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai
Sarana *Social Media Entrepneuership*;
(Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist*
Aldira @makeuphyaldira)

Nama : Suci Rahayu

NIM : 55222110019

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media

Tanggal : 28 Juni 2024

Jakarta, 28 Juni 2024

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

(.....)

2. Penguji Ahli :
(Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si)

(.....)

3. Pembimbing :
(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)

(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana *Social Media Entrepreneurship*; (Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist Aldira (@makeupbyaldira)*)

Nama : Suci Rahayu

NIM : 55222110019

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media

Tanggal : 12 Juli 2024

Jakarta, 12 Juli 2024

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

2. Penguji Ahli :
(Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si)

3. Pembimbing :
(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Suci Rahayu
NIM : 55222110019
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana *Social Media Entreprenuership*; (Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist Aldira @makeuphyaldira*)

Jakarta, 12 Juli 2024

Dosen Pembimbing

(Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi Komunikasi

(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh;

Nama : Suci Rahayu
NIM : 55222110019
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana *Social Media Entrepreneurship*; (Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist Aldira @makeupbyaldira*)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 Juni 2024, didapatkan nilai persentase sebesar 27%.

Jakarta, 20 Juni 2024
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana *Social Media Entrepreneurship*; (Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist Aldira @makeupbyaldira*)
Nama : Suci Rahayu
NIM : 55222110019
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 12 Juli 2024

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 12 Juli 2024



(Suci Rahayu)

ABSTRACT

This research analyzes the optimization of social media Tiktok as a means of social media entrepreneurship on the TikTok account of Aldira Sita, who is a young makeup artist (MUA) who is famous on TikTok with the account name @makeupbyaldira. Aldira has 46.1 K followers (followers) and 1.6 M likes (Likes). This research also wants to understand Social Media Entrepreneurship from the perspective of Social Construction of Technology. Before the existence of TikTok social media, it was difficult for an MUA named Aldira Sita to develop her MUA business due to the lack of information dissemination, but after Aldira Sita used TikTok social media, her MUA business was able to develop as expected. TikTok social media made him famous from the content he uploaded. This content is what makes Aldira Sita often get MUA jobs. The approach used in this research uses a constructivist paradigm with descriptive study methods. Data collection in this research used in-depth interview techniques. The informant in this research is Aldira Sita and audiences who use Aldira's MUA services are interested after watching her videos on TikTok. The relationship between researchers and reality must be interactive, because it uses the principle of triangulation, namely triangulation of sources, triangulation of data collection techniques, and time. The research results show that optimization begins with determining the market or interests, regularly uploading videos on a regular schedule, video innovation and building communication by responding to comments on videos, maximizing the management of the Live Tiktok feature and the yellow basket on Tikok social media, uploading videos using FYP music increase the potential for the video to go viral so that it can reach a wider audience. Tiktok social media can be used as a means of business promotion and dissemination of information including MUA content which will lead to the economy where promotional media will generate rupiah coffers or economic profits.

Keywords; *Social Media Entrepreneurship, Social Construction of Technology (SCOT), makeup artist (MUA), Social Media Tiktok.*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis optimalisasi media sosial Tiktok sebagai sarana *Social Media Entrepreneurship* pada akun tiktok Aldira Sita yang merupakan seorang *makeup artist* (MUA) muda yang terkenal di TikTok dengan nama akun *@makeupbyaldira*. Aldira memiliki 46.1 K pengikut (*follower*) dan 1.6 M suka (*Like*). Penelitian ini juga ingin mengetahui *Social Media Entrepreneurship* dari perspektif *Social Construction of Technology*. Sebelum adanya media sosial TikTok, MUA bernama Aldira Sita sulit untuk mengembangkan bisnis MUANYA dikarenakan minimnya penyebaran informasi, namun setelah Aldira Sita menggunakan media sosial TikTok bisnis MUANYA dapat berkembang sesuai yang diharapkan. Media sosial TikTok membuatnya terkenal dari konten-konten yang di uploadnya. Konten-konten tersebut yang membuat Aldira Sita sering mendapatkan pekerjaan MUA. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan metode studi deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam. Informan dalam penelitian ini adalah Aldira Sita dan khalayak yang menggunakan jasa MUA Aldira dikarenakan tertarik setelah menonton videonya di TikTok. Hubungan antara peneliti dengan realitas harus bersifat interaktif, untuk itu menggunakan prinsip triangulasi yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Hasil penelitian menunjukkan, optimalisasi diawali dengan penentuan pasar atau minat, rutin unggah video dengan jadwal yang teratur, inovasi video dan membangun komunikasi dengan cara merespon komentar-komentar di video, memaksimalkan pengelolaan fitur Live Tiktok dan keranjang kuning yang ada pada media sosial Tiktok, mengunggah video menggunakan musik yang sedang FYP meningkatkan potensi video akan viral sehingga lebih banyak jangkauan penonton. Media sosial Tiktok dapat digunakan sebagai sarana promosi usaha dan penyebaran informasi termasuk konten MUA yang akan bermuara kearah ekonomi dimana media promosi akan menghasilkan pundi-pundi rupiah atau keuntungan ekonomi.

Kata Kunci: *Social Media Entrepreneurship, Social Construction of Technology (SCOT), makeup artist (MUA), Social Media Tiktok.*

KATA PENGANTAR


Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis dengan judul “Optimalisasi Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana *Social Media Entrepreneurship*; (Studi Deskriptif Pada *Makeup Artist Aldira @makeupbyaldira*)”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Rizki Briandana, S.Sos., M.Comn., Ph.D sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memotivasi, dan memberikan kepercayaan kepada saya hingga penulisan tesis ini dapat saya selesaikan.
2. Prof. Dr. Nur Kholisoh, M.Si selaku dosen penelaah pada seminar proposal, seminar hasil dan sidang akhir tesis saya.
3. Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya.
5. Segenap pimpinan dan jajaran staf administrasi Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang mendukung penulis dalam proses penyelesaian tesis ini.
6. Rekan-rekan mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana yang selalu memberikan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
7. Aldira Sita, A.Md yang telah bersedia menjadi narasumber pada penelitian tesis saya, juga dua narasumber lainnya, Giana Elisa dan Naurah Qatrunnada yang bersedia sebagai narasumber pada penelitian tesis saya.

Tidak lupa penulis juga menyampaikan terima kasih kepada kedua orang tua Ibu dan alm. Bapak, juga terkasih Alfian Ibnu, S.Pt, yang terus mendukung dalam doa dan dukungan psikologis yang tidak terhingga besarnya. Terakhir penulis sampaikan terima kasih kepada diri penulis sendiri yang telah berdoa, berusaha, dan bekerja keras supaya penelitian ini dapat diselesaikan sebaik-baiknya. Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat untuk orang banyak dan menjadi inspirasi bagi penelitian ilmiah berikutnya.

Jakarta, 28 Juni 2024



Suci Rahayu

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
LEMBAR PERNYATAAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Teori	24
2.2.1 Media Baru.....	24
2.2.2 <i>Social Media Entrepreneurship</i>	30
2.2.3 <i>Teori Social Construction of Technology (SCOT)</i>	32

2.3 Kerangka Pemikiran	37
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Subjek Penelitian	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data	43
3.5 Teknik Analisis Data	45
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	47
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	50
4.1.1 Sosial Media Tiktok	50
4.1.2 <i>Makeup Artist (MUA) Aldira Sita</i>	52
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 <i>Optimalisasi Social Media Entrepreneurship</i> pada akun TikTok Aldira Sita	55
4.2.2 <i>Konstruksi Social Media Entrepreneurship</i> pada akun TikTok Aldira Sita dari perspektif <i>Social Construction of Technology</i>	62
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 <i>Social Media Entrepreneurship</i> pada akun TikTok Aldira Sita.....	70
4.3.2 <i>Social Media Entrepreneurship</i> pada akun TikTok Aldira Sita dari perspektif <i>Social Construction of Technology</i>	80
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran Akademis	90
5.2.2 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN PENELITIAN	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Tiktok Aldira Sita @makeupbyaldira	3
Gambar 1.2 Video unggahan pada Tiktok Aldira Sita @makeupbyaldira	4
Gambar 1.3 Jumlah pengguna media sosial Tiktok di dunia	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	37
Gambar 3.1 Komponen dalam Analisis data	46
Gambar 4.1 Logo Media sosial Tiktok	51
Gambar 4.2 Akun Tiktok Aldira Sita @makeupbyaldira	55
Gambar 4.3 Gambar Screenshot Video MUA Aldira yang FYP	60
Gambar 4.4 Screenshot video MUA Aldira yang ditonton oleh GI dan RA	62
Gambar 4.5 Skema Aldira Membangun Media Sosial TikTokia.....	71
Gambar 4.6 Skema <i>Social Media Entrepreneurship</i> pada Tiktok Aldira	80
Gambar 4.7 Skema <i>Social Media Entrepreneurship</i> MUA Aldira pada media sosial Tiktok dari perspektif <i>Social Construction of Technology</i>	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	19
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Keterangan Penelitian.....	96
Daftar Pertanyaan Wawancara	97
Transkrip Wawancara Mendalam Informan Ardila Sita.....	101
Transkrip Wawancara Mendalam Informan Giana.....	108
Transkrip Wawancara Mendalam Informan Rara.....	111
Daftar Riwayat Hidup	114