



**IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING TIKTOK  
PADA AKUN WOSADO.ID OLEH PT. MEGA DIGITAL SUKSES**

Tugas Akhir Skripsi

Disusun Oleh:

Mutiara Roshinta

44318010034

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

2024

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutiara Roshinta  
NIM : 44318010034  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING  
TIKTOK PADA AKUN WOSADO.ID OLEH  
PT.MEGA DIGITAL SUKSES

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.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 06 September 2024



Mutiara Roshinta

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Mutiara Roshinta  
NIM : 44318010034  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : Implementasi Social Media Marketing TikTok Pada Akun  
Wosado.id Oleh PT.Mega Digital Sukses

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 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

Disahkan oleh:

Pembimbing : Siti Muslichatul, M.IKom (  )  
NIDN : 0326089202  
Ketua Penguji : Mardhiyyah, M.IKom (  )  
NIDN : 0314038802  
Penguji Ahli : Melly Ridaryanthi, Ph.D (  )  
NIDN : 0324128202

Jakarta, 06 September 2024

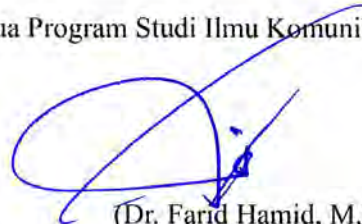
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa yaitu bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, dengan judul” **Implementasi *Social Media Marketing* Tiktok Pada Akun *Wosado.id* oleh PT. *Mega Digital Sukses*”**

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Proposal Tugas Akhir ini terutama kepada:

1. Ibu Siti Muslichatul, M.Ikom selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam membimbing dan memberi arahan selama penyusunan proposal Tugas Akhir.
2. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku dosen mata kuliah tugas akhir
3. Ibu Prof. Dr. Ahmad Mulyana selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi Pemasaran dan Periklanan, Universitas Mercu Buana.
6. Direktur PT.Mega Digital Sukses dan Kak Dilla selaku key informan dalam Tugas Akhir ini, yang sudah memperbolehkan dan membantu penulis dalam pengambilan data untuk Tugas Akhir.
7. Terkhusus, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral serta material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta kepercayaan kepada penulis bahwa penulis mampu menyelesaikan proposal Tugas Akhir ini.
8. Kepada Abang penulis Daniel Hutajulu yang seperti penolong bagi penulis, yang senantiasa tiada henti dan lelah memotivasi penulis untuk menyelesaikan

9. Tugas Akhir, memberi waktu dan perhatian kepada penulis, sehingga penulis percaya dan mampu untuk menyelesaikannya.
10. Kepada saudara kandung dan sepupu penulis yang senantiasa memberikan semangat walaupun dari kejauhan, yang selalu percaya bahwa penulis mampu menyelesaikannya.
11. Teman- teman Penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terkhusus teman terdekat penulis yaitu Dinai yang senantiasa memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan Tugas Akhir serta meluangkan waktu menemani penulis melakukan wawancara hingga tak kenal waktu dan Humairah yang tidak pernah bosan dengan segala pertanyaan-pertanyaan penulis dari awal hingga penulis mampu menyelesaikannya.
12. Terakhir, Terimakasih untuk diri sendiri. Terimakasih sudah memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semuanya. Terimakasih sudah mau berjuang keras sampai sejauh ini, dan Terimakasih untuk tidak memilih menyerah hingga akhirnya ada di titik yang tidak pernah dibayangkan akan mampu dilewati. Terimakasih untuk kerjasama yang baik beberapa waktu ini.

“Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu, jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu (2 tawarikh 15: 7)”

Meski telah disusun secara maksimal, namun peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan dapat memperluas wawasan bagi para pembaca.

Jakarta, 20 Agustus 2024

Mutiara Roshinta

Penulis



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Mutiara Roshinta  
NIM : 44318010034  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Laporan Skripsi : IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING TIKTOK  
PADA AKUN WOSADO.ID OLEH PT.MEGA DIGITAL  
SUKSES

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, 06 September

Yang menyatakan,



( Mutiara Roshinta )

## ABSTRAK

Nama : Mutiara Roshinta  
Nim : 44318010034  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Implementasi Social Media Marketing TikTok Pada Akun  
Wosado.id Oleh PT. Mega Digital Sukses  
Pembimbing : Siti Muslichatul M.IKom

Fenomena penggunaan sosial media di Indonesia, membuat para pelaku bisnis berlomba-lomba memanfaatkan sosial media sebagai sarana komunikasi untuk memasarkan produknya. Hal ini membuat banyak bisnis mulai menerapkan TikTok marketing ke dalam strategi bisnisnya. Pada Januari 2024, jumlah pengguna TikTok di Indonesia mencapai 126,83 juta, meningkat 19,1% dari tiga bulan sebelumnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana PT.Mega Digital Sukses dalam mengimplementasi social media marketing TikTok pada akun TikTok Wosado.id.

Penelitian ini menggunakan landasan teori social media marketing 4C oleh Genelius, yang meliputi content creation, content sharing, connecting dan community building dalam pengaplikasian sosial media marketingnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma penelitian post-positivisme. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari observasi dan wawancara, serta data sekunder yang dikumpulkan melalui social media TikTok serta jurnal terkait.

Hasil Penelitian mengenai Implementasi Social Media Marketing TikTok Pada Akun Wosado.id oleh PT.Mega Digital Sukses dengan penerapan teori 4C oleh Genelius yaitu *content creation* yang dilakukan dengan membuat konten dengan berbagai variasi *pillar conten* dan mengikuti tren yang *happening*. Kemudian penerapan *content sharing* dengan membagikan konten melalui TikTok sebanyak 3 konten dalam sehari, juga melakukan kerjasama dengan KOL dan *TikTok Affiliate*. Untuk *connecting* nya membangun hubungan baik dan jujur dengan para Costumer dengan memberi apresiasi berupa *Giveaway* dan juga melakukan *approaching* pada 50 KOL setiap harinya. Kemudian untuk *community building* belum diterapkan dalam *social media* marketingnya. Sehingga dapat dikatakan *Social Media* Marketing nya masih kurang maksimal.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Digital Marketing, Social Media Marketing, Social Media, TikTok

## ABSTRACT

Name : Mutiara Roshinta  
Nim : 44318010034  
Study Programme : Ilmu Komunikasi  
Title : Implementasi Social Media Marketing Tiktok Pada Akun  
Wosado.id oleh PT. Mega Digital Sukses  
Pembimbing : Siti Muslichatul M.Ikom

*The phenomenon of using social media in Indonesia has made business people compete to use social media as a means of communication to market their products. This has made many businesses start implementing TikTok marketing into their business strategies. In January 2024, the number of TikTok users in Indonesia reached 126.83 million, an increase of 19.1% from the previous three months. The aim of this research is to find out how PT.Mega Digital succeeded in implementing TikTok social media marketing on the Wosado.id TikTok account.*

*This research uses the basis of the 4C social media marketing theory by Genelius, which includes creating content, sharing content, connecting and building communities in its social media marketing application.*

*This research uses a qualitative descriptive approach with a post-positivism research paradigm. The data collection techniques used are primary data obtained from observations and interviews, as well as secondary data collected through TikTok social media and related journals.*

*Research Results regarding the Implementation of Social Media Marketing TikTok on Wosado.id Accounts by PT.Mega Digital Success with the application of the 4C theory by Geneluis, namely content creation which is done by creating content with various variations of content pillars and following current trends. Then implement content sharing by sharing 3 content via TikTok a day, also collaborating with KOL and TikTok Affiliate. To connect, build good and honest relationships with customers by giving awards in the form of giveaways and also aprouting 50 KOLs every day. Then, building a community has not been implemented in social media marketing. So it can be said that Social Media Marketing is still not optimal.*

**Keywords:** Marketing Communications, Digital Marketing, Social Media Marketing, Social Media, TikTok



## 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>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>8</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	<b>8</b>
1.4.2 Manfaat Praktis .....	<b>8</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>9</b>
<b>2.2 Kajian Teoritis</b> .....	<b>15</b>
2.2.1 Komunikasi pemasaran .....	<b>15</b>
2.2.1.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	<b>17</b>

2.2.1.2 Manfaat Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	20
2.2.1.4 Promotion Mix .....	22
2.2.2 Digital marketing .....	23
2.2.2.1 Jenis-Jenis Digital Marketing Berdasarkan strategi.....	24
2.2.2.2 Jenis Digital Media Marketing Berdasarkan Media Pemasarannya 25	
2.2.2.3 Kelebihan Digital Marketing .....	26
2.2.3 Social Media.....	27
2.2.4 Social Media Marketing.....	28
2.2.4.1 Macam-macam Sosial Media Marketing.....	29
2.2.4.2 Tujuan Sosial Media Marketing.....	30
2.2.4.3 Jenis Jenis Sosial Media Marketing .....	31
2.2.4.4 Strategi Sosial Media Marketing.....	32
2.2.4.5 Elemen Sosial Media Marketing.....	35
2.2.5 Tiktok .....	36
2.2.5.1 Fungsi Media Sosial TikTok.....	37
2.2.5.2 Strategi Marketing TikTok.....	37
2.2.5.3 Fitur- Fitur Tiktok .....	38
2.2.5.4 Jenis Produk Iklan Tiktok .....	39
2.2.5.5 Content Marketing .....	40
2.2.5.6 Content yang baik .....	41
2.2.5.7 Alur Perencanaan <i>Content Marketing</i> .....	42
<b>BAB III.....</b>	<b>45</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>3.2 Metode Penelitian.....</b>	<b>46</b>
<b>3.3 Subjek Penelitian.....</b>	<b>46</b>
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>48</b>
3.4.1 Data primer.....	48
3.4.2 Data Sekunder .....	48

<b>3.5 Teknik Analisis Data</b> .....	<b>49</b>
3.5.1 Reduksi Data .....	49
3.5.2 Penyajian data .....	49
3.5.3.Penarikan kesimpulan .....	49
<b>3.6 Teknik pemeriksaan keabsahan data</b> .....	<b>50</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>51</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>51</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Mega Digital Sukses</b> .....	<b>51</b>
4.1.1 Profil Perusahaan .....	51
4.1.2 Visi dan Misi.....	52
4.1.3. Struktur Organisasi .....	52
4.1.4 LOGO dan Makna Nama Perusahaan .....	53
4.1.5 WOSADO .....	54
4.1.6. Tiktok Wosado.id.....	55
<b>4.2 Hasil penelitian</b> .....	<b>57</b>
4.2.1 Tujuan dari penggunaan Sosial media TikTok .....	57
4.2.2 Social Media Marketing TikTok Wosado.id dengan Teori 4C.....	59
4.2.3 Content Marketing tiktok wosado.id.....	69
4.2.4 Tahapan dalam Sosial Media Marketing Tiktok agar Maksimal .....	73
4.2.5 Fitur-Fitur Tiktok yang digunakan oleh akun wosado.id .....	80
<b>4.3 Pembahasan Penelitian</b> .....	<b>83</b>
4.3.1 Social Media Marketing Melalui teori 4C .....	84
4.3.2 Conten Marketing Tiktok Wosado.id.....	88
4.3.3 Fitur-Fitur TikTok yang digunakan untuk mendukung Social Media Marketing .....	90
<b>BAB V</b> .....	<b>93</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>93</b>
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	<b>93</b>
<b>5.2 Saran</b> .....	<b>94</b>
5.2.1 Saran Akademis .....	94

5.2.2 Saran Praktis.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>
<b>Lampiran 1 Draft Pertanyaan .....</b>	<b>99</b>
<b>Lampiran 2 Hasil Wawancara Key Informan .....</b>	<b>102</b>
<b>Lampiran 3 Hasil Wawancara Informan .....</b>	<b>111</b>
<b>Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara .....</b>	<b>114</b>
<b>Lampiran 5 Curriculume Vitae .....</b>	<b>115</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet terus meningkat hingga quarter 1 .....	1
Gambar 1. 2 Pengguna TikTok Didunia .....	5
Gambar 1. 3 Core Data TikTok Wosado .....	7
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	53
<i>Gambar 4. 2 Logo Perusahaan</i> .....	53
<i>Gambar 4. 3 Product Wosado</i> .....	55
<i>Gambar 4. 4 Gambar Kontent tiktok wosado</i> .....	56
<i>Gambar 4. 5 Gambar Jangkauan Wosado</i> .....	59
<i>Gambar 4. 6 Live Tiktok Wosado</i> .....	62
<i>Gambar 4. 7 Contoh konten dengan content pillar Tiktok Wosado</i> .....	64
<i>Gambar 4. 6 Content pillar wosado</i> .....	70
<i>Gambar 4. 9 Target Audince</i> .....	75
<i>Gambar 4. 10 konten Tiktok Wosado</i> .....	77
<i>Gambar 4. 11 Hastag konten Tiktok Wosado</i> .....	78
<i>Gambar 4. 12 Fitur Tiktok Wosado</i> .....	81

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	12
<b>Tabel 3. 1</b> Subjek Penelitian.....	47
<b>Tabel 4. 1</b> Hasil Penelitian Teori 4C Genelius.....	81



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Pertanyaan .....	99
Lampiran 2 Hasil Wawancara Key Informan .....	102
Lampiran 3 Hasil Wawancara Informan .....	111
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara .....	114
Lampiran 5 Curriculume Vitae .....	115

