

**STRATEGI PROMOSI CV JATIMAS INOVASI PADA KLINBOS
INDONESIA MELALUI TIKTOK**

SKRIPSI



OLEH

VANESSA CHASTITY
NPM: 19043010180

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL PENELITIAN : Strategi Promosi CV Jatimas Inovasi pada Klinbos Indonesia
melalui Tiktok
NAMA : Vanessa Chastity
NPM : 19043010180
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
FAKULTAS : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Telah disetujui untuk mengikuti ujian lisan skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING



Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 198312012021211004

Mengetahui,
DEKAN



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

**STRATEGI PROMOSI CV JATIMAS INOVASI PADA KLINBOS INDONESIA
MELALUI TIKTOK**

Oleh:

VANESSA CHASTITY
19043010180

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 7 Juli 2023

Pembimbing

(3)

Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 198312012021211004

Tim Penguji,

1. Ketua

(3)

Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 198312012021211004

2. Sekretaris

Ririn Puspita T., S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIP. 198904112021212001

3. Anggota

Dian Hutami R., S.I.Kom., M.Med.Kom.
NPT. 21219940920325

Mengetahui,
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vanessa Chastity

NPM : 19043010180

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/FISIP

Judul Skripsi

STRATEGI PROMOSI CV JATIMAS INOVASI PADA KLINBOS INDONESIA MELALUI TIKTOK

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Semoga sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya saya asli saya atau merupakan hasil plagiarism hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 12 Juli 2023

Yang Membuat Pernyataan


Vanessa Chastity

NPM. 19043010180

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat melakukan penelitian ini dan sudah sampai pada tahap seminar proposal yang berjudul **“Strategi Promosi CV Jatim Inovasi pada Klinbos Indonesia melalui Tiktok”**

Penulis menyadari atas segala kekurangan dan keterbatasan mulai dari segi pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki dalam menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sehingga mengarahkan pada penyempurnaan penelitian ini. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat terus dikembangkan oleh penelitian yang dilakukan di masa mendatang.

Penelitian ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari dosen pembimbing yang telah banyak membimbing, membantu serta memberikan dukungan kepada penulis, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pembimbing Bapak Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom. atas waktu, kesabaran, bimbingan, arahan, ilmu, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis selama ini. Selain itu, pada kesempatan kali ini penulis juga ingin menyampaikan banyak terima kasih terhadap semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini hingga tahap seminar proposal:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.SI, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dr. Syafriada Nurrachmi Febriyanti, M.Med.Kom, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur dan semua dosen ilmu komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh keluarga penulis terutama Mama dan Papa yang selalu memberikan doa dan dukungan selama proses menyelesaikan seminar proposal ini.
5. Kepada seluruh teman-teman di Surabaya yang sangat membantu memberikan motivasi untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang sudah membantu menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian yang telah ditulis masih sangat jauh dari kata sempurna sehingga penulis memerlukan kritik dan saran yang membangun dari pembaca. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat bagi semua pihak dan dapat dikembangkan menjadi penelitian yang lebih baik lagi.

Surabaya, 31 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka	22
2.2.1 Strategi Promosi di Dunia Digital.....	22
2.2.2 Tiktok Sebagai Media Promosi	30
2.2.3 Teori AISAS	33
2.3 Kerangka Berpikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Definisi Konseptual	39
3.2.1 Strategi Promosi di Dunia Digital.....	39
3.2.2 Tiktok Sebagai Media Promosi.....	43
3.2.3 AISAS	44
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian	44
3.4 Lokasi Penelitian.....	45
3.5 Sumber Data Penelitian	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7 Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.1.1	CV Jatimas Inovasi	52
4.1.2	Klinbos Indonesia	53
4.1.3	Informan.....	53
4.2	Penyajian dan Analisis Data	56
4.2.1	Penggunaan Fitur Video Berdurasi	60
4.2.2	Penggunaan Fitur <i>Stories</i>	63
4.2.3	Penggunaan Tiktok <i>Affiliate</i>	65
4.2.4	Penggunaan TiktokShop	68
4.2.5	Penggunaan Tiktok Ads	72
4.3	Pembahasan	74
4.3.1	Penggunaan Fitur Video Berdurasi	77
4.3.2	Penggunaan Fitur Tiktok Ads	85
4.3.3	Penggunaan Fitur Tiktok <i>Stories</i>	87
4.3.4	Penggunaan Fitur Tiktok Shop	89
4.3.5	Penggunaan Fitur Tiktok <i>Affiliate</i>	97
BAB V PENUTUP.....		105
5.1	KESIMPULAN.....	105
5.1.1	Fitur yang telah digunakan secara Optimal	105
5.1.2	Fitur yang Perlu Dioptimalkan	106
5.2	SARAN.....	107
DAFTAR PUSTAKA		108
LAMPIRAN.....		111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2023	1
Gambar 2 - Alasan Utama Penggunaan Media Sosial	3
Gambar 3 - Media Sosial Favorit di Indonesia.....	4
Gambar 4 - Kerangka Berpikir	36
Gambar 5 - Cuplikan Video Berdurasi Klinbos Indonesia.....	65
Gambar 6 - Cuplikan Video FYP Berdurasi Klinbos Indonesia.....	65
Gambar 7 - Cuplikan Video <i>Influencer</i> yang menjadi <i>affiliator</i> Klinbos Indonesia.....	70
Gambar 8 - Balasan komentar <i>Influencer</i> yang menjadi <i>affiliator</i> Klinbos Indonesia.....	70
Gambar 9 - Tampilan beranda Tiktok Shop Klinbos Indonesia.....	72
Gambar 10 - Tampilan kolom deskripsi Tiktok Shop Klinbos Indonesia.....	72
Gambar 11 - Tampilan kolom ulasan Tiktok Shop Klinbos Indonesia.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1 - Penelitian Terdahulu	18
---	-----------

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara mendalam, observasi, dan dokumen seperti jurnal dan buku. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan CV Jatimas Inovasi pada Klinbos Indonesia melalui Tiktok. Subyek penelitian ini adalah pemilik CV Jatimas Inovasi, pengelola akun Tiktok, dan beberapa konsumen. Adapun yang melatarbelakangi penulis tertarik untuk membuat skripsi ini yaitu karena adanya perubahan gaya berbelanja masyarakat di era digital sehingga membuat masyarakat beralih berbelanja melalui media digital. Dengan adanya perubahan tersebut membuat banyaknya pelaku usaha yang berusaha melakukan inovasi pada kegiatan promosi secara digital. Maka perusahaan yang ingin mempromosikan produk melalui media digital memerlukan strategi promosi yang tepat pada perusahaannya untuk dapat bersaing seperti halnya dengan strategi promosi CV Jatimas Inovasi pada Klinbos Indonesia melalui Tiktok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sejauh ini pemanfaatan fitur Tiktok pada akun Klinbos sudah cukup optimal dengan pertimbangan model AISAS. Tetapi masih terdapat beberapa fitur seperti Tiktok Ads dan Tiktok Stories yang sebaiknya lebih dioptimalkan lagi sehingga mampu menerapkan strategi promosi dengan maksimal agar penjualan semakin meningkat.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran; Strategi Promosi; Media Sosial; Tiktok

ABSTRACT

This research is descriptive qualitative research. Data collection was using in-depth interview methods, observation, and documents such as journals and books. This research aims to find how the promotion strategy carried out by CV Jatimas Inovasi on Klinbos Indonesia through Tiktok. The subjects of this research are the owner of CV Jatimas Inovasi, the Tiktok account manager, and several consumers. The background of the author's interest in make this thesis is due to changes in people's shopping styles in the digital era that have made people switch to shopping through digital media. With this change, many business actors are trying to innovate in digital promotion activities. So companies that want to promote products through digital media need the right promotional strategy for their company to compete, such as the promotion strategy of CV Jatimas Inovasi on Klinbos Indonesia through Tiktok. The results showed that so far, the utilization of the Tiktok feature on the Klinbos account has been quite optimal with consideration of the AISAS model. But there are still some features as Tiktok Ads and Tiktok Stories that should be further optimized so that they can implement promotional strategies to the maximum so that sales increase.

Keyword: Marketing Communication; Promotion Strategy; Social Media; Tiktok