

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN PAKAIAN BEKAS PREMIUM**

SKRIPSI

Oleh:

SARAH

1771650021



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2021**

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN PAKAIAN BEKAS PREMIUM

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

SARAH

1771650021



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2021**



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah

NIM : 1771650021

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang ber judul
"PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
PEMASARAN PAKAIAN BEKAS PREMIUM" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 14 Desember 2021



Sarah



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**“Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran
Pakaian Bekas Premium”**

Nama : Sarah
NIM : 1771650021
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/ Public Relations

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 1 Desember 2021

Menyetujui:

Pembimbing,

(Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.)



(Dr. Verdinand Robertus, M.Soc. Sc.)



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada 1 Desember 2021 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Sarah
NIM : 1771650021
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/ Public Relations

termasuk Ujian Tugas Akhir yang berjudul **“Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pakaian Bekas Premium”** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.	Ketua Sidang	
Dr. Melati Tobing, S.I.Kom., M.Si	Penguji	
Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.	Penguji	

Jakarta, 1 Desember 2021



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. MayjenSutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

HASIL SIDANG SKRIPSI

Nama mahasiswa : Sarah
Nomor Induk Mahasiswa : 1771650021
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Public Relations

TELAH MENEMPUH SIDANG SKRIPSI DAN MENYELESAIKAN PERBAIKAN SKRIPSI

Berjudul:

**“Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran
Pakaian Bekas Premium”**

Dan dinyatakan **LULUS**, dengan Nilai/Predikat:

70.7/B+/Memuaskan

Jakarta, 14 Desember 2021

Ketua Sidang/Penguji I,

Singgih Sasongko, S.IP., M.Si.

Penguji II,

**Dr. Melati Tobing, S.I.Kom., M.Si
M.A.**

Penguji III,

Marshelia Gloria Narida, S.S.,

Dekan,



Dr. Verdinand Robertua Siahaan, M.Soc., Sc



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. MayjenSutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Sarah
No. Induk Mahasiswa : 1771650021
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : **Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media
Komunikasi Pemasaran Pakaian Bekas Premium**

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari tim penguji dalam sidang skripsi sebagaimana tertulis dalam hasil sidang skripsi pada **1 Desember 2021**.

Jakarta, 1 Desember 2021

Penguji II,

**Dr. Melati Tobing, S.I.Kom., M.Si
M.A.**

Penguji III/Pembimbing,

Marshelia Gloria Narida, S.S.,

Ketua Sidang/Penguji I,

Singgih Sasongko, S.IP.,M.Si.



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
lp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Sarah
No. Induk Mahasiswa : 1771650021
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : **Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media
Komunikasi Pemasaran Pakaian Bekas Premium**

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

TELAH DIUJI

Jakarta, 1 Desember 2021

Pembimbing,

(Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.)

Dekan,

(Dr. Verdinand Robertua Siahaan, M.Soc., Sc)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM

**“Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran
Pakaian Bekas Premium”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa, isi CD-ROM Laporan Penelitian sama dengan
revisi akhir.

Jakarta, 14 Desember 2021

Sarah

Menyetujui:

Pembimbing,

Marshelia Gloria Narida, S.S., M.A.

Ketua Program Studi,

Singgih Sasongko, SIP. M.Si.



Pernyataan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarah
NIM : 1771650021
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Pakaian Bekas Premium

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada tanggal 14 Desember 2021
Yang menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, segala puji dan syukur panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus karena atas muzijat-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”. Tujuan penelitian skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang pendidikan S-1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia.

Dalam penelitian ini, peneliti banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Singgih Sasongko, S.IP., M.Si. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia.
2. Ibu Marshelia Gloria Narida, SS., M.A., dosen pembimbing peneliti, terimakasih atas kesabarannya dan menyediakan waktu dalam membimbing peneliti selama proses penyelesaian skripsi ini. Sukses selalu untuk Digital PR dan Startupnya yah kak.
3. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia yang telah memberikan waktu dan ilmu bermanfaat kepada seluruh mahasiswa dan mahasiswi Angkatan 2017.

4. Orang tua, bapa, mama dan abang tercinta yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya yang sangat luar biasa, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman – teman Silvia, Sonia, Ganik, Pamela, Agustina, Iga, Neralda yang senantiasa memberikan dukungan, keceriaan dan motivasi kepada peneliti.
6. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 2017 khususnya prodi Ilmu Komunikasi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Kepada informan bang Jhon dan tim yang sudah membantu dalam menjawab permasalahan dalam penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu atas segala dukungan, semangat dan motivasi yang diberikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat peneliti harapkan. Akhir kata, mohon maaf bila terdapat kesalahan dan terimakasih atas perhatiannya.

Jakarta, 1 Desember 2021



Sarah

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	1
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN HASIL SIDANG	iv
HALAMAN LEMBAR PERBAIKAN	v
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi
 BAB I.....	 1
 PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penelitian	12
 BAB II	 14
 TINJAUAN PUSTAKA.....	 14
A. Landasan Teori.....	14
1. Komunikasi Pemasaran.....	14
2. Media Sosial	26
3. TikTok	40
B. Kerangka Teoritis	44

C. Kerangka Berpikir	46
BAB III	47
METODOLOGI PENELITIAN	47
A. Paradigma Penelitian	47
B. Pendekatan Penelitian	48
C. Metode Penelitian	49
D. Metode Pengambilan Informan	50
E. Sumber Data	52
F. Metode Pengumpulan Data	52
G. Teknik Analisis Data	53
H. Teknik Interpretasi Data	54
I. Keabsahan Data	55
BAB IV	58
PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum	58
B. Penyajian Data dari Hasil Analisis Data	60
C. Hasil Interpretasi Data	99
BAB V	103
KESIMPULAN DAN SARAN	103
A. Kesimpulan	103
B. SARAN	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kondisi pakaian bekas sebelum dipublikasikan	4
Gambar 2. Profil TikTok @jhonpasarbaroe	7
Gambar 3. Isi Konten	7
Gambar 4. Kerangka Berpikir	46
Gambar 5. Logo Jhon Pasar Baroe	58
Gambar 6. Profil Instagram @jhonpasarbaroe	59
Gambar 7. Profil TikTok @jhonpasarbaroe	59
Gambar 8. Wawancara Dengan Pengelola Akun Pengelola Bernama Jhon	110
Gambar 9. Wawancara Dengan Editor dan model Bernama Ananda Melalui Whatsapp	117
Gambar 10 Wawancara Dengan Editor dan Model Bernama Agus Satria Melalui Whatsapp	129
Gambar 11 Wawancara Dengan Model Bernama Doni Melalui Whatsapp	136
Gambar 12 Foto Bersama Informan Bernama Doni	137
Gambar 13 Wawancara Dengan Editor Bernama Imam Farizali Kaldum	144

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara.....	110
Lampiran 2. Tabel Coding.....	151



ABSTRAK

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

PEMASARAN PAKAIAN BEKAS PREMIUM

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Media sosial, TikTok.

Sarah

1771650021

Program Studi Ilmu Komunikasi

Penelitian ini mengemukakan tentang bagaimana pengelola akun @jhonpasarbaroe memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk dan kemudian mengingatkan konsumen tentang produknya. Dalam hal ini informasi yang disampaikan oleh pengelola akun dalam bentuk konten, penggunaan konten sebagai media komunikasi pemasaran, yang saat ini sangat membantu para pelaku yang bergerak dibidang bisnis dalam mempromosikan produknya. Struktur konten dalam penyampaian pesan divisualisasikan ke dalam konten berupa video dan gambar. Konten komunikasi pemasaran @jhonpasarbaroe bersifat informatif dan interaktif serta fitur TikTok yang dimanfaatkan secara maksimal sehingga konsumen dapat dengan mudah berinteraksi melalui konten di media sosial TikTok.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan promosi apa saja yang dilakukan oleh pengelola akun dalam akun media sosial TikTok, dan mengetahui faktor-faktor apa yang membuat TikTok dipilih sebagai media promosi yang aktif. Peneliti menarik kesimpulan bahwa pengelola akun @jhonpasarbaroe melakukan pemanfaatan TikTok dengan baik, dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan sangat beragam dan juga dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia. Ladsan teori dalam penelitian ini adalah konsep komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana data diperoleh melalui studi pustaka dan wawancara mendalam kepada pengelola akun dan empat informan pendukung yang terlibat dalam pembuatan konten. Analisis data dilakukan melalui penyajian data yang kemudian dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan.

ABSTRACT

THE USE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA AS A MARKETING COMMUNICATION MEDIUM FOR PREMIUM USED CLOTHING.

Keywords: Marketing Communication, Social Media, TikTok.

Sarah

1771650021

Communication Studies Program

This study suggests how the @jhonpasarbaroe account manager uses TikTok social media as a marketing communication medium. Marketing communication is a marketing activity that seeks to disseminate information, influence or persuade and then remind consumers about the product. In this case, the information conveyed by the account manager is in the form of content, the use of content as a marketing communication medium, which is currently very helpful for business actors in promoting their products. The content structure in delivering messages is visualized into content in the form of videos and images. The marketing communication content of @jhonpasarbaroe is informative and interactive and TikTok features are utilized optimally so that consumers can easily interact through content on TikTok social media.

The purpose of this study is to find out what promotional activities are carried out by account managers in TikTok social media accounts, and to find out what factors make Tiktok chosen as an active promotional media. The researcher concludes that the @jhonpasarbaroe account manager makes good use of TikTok, seen from the various promotional activities carried out and can also take advantage of the various available features. The theoretical basis in this research is the concept of marketing communication. This research uses descriptive qualitative method where data is obtained through literature study and in-depth interviews with account managers and four supporting informants involved in content creation. Data analysis was carried out through the presentation of data which was then followed by drawing conclusions.