

**ANALISIS ISI KONTEN PROMOSI AKUN TIKTOK  
@BIDADARIBEKASIH SEBAGAI MEDIA PROMOSI KULINER**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademi Dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Srata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Fae safe Miranda Saputri

NBI. 1152000060

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2024**

**ANALISIS ISI KONTEN PROMOSI AKUN TIKTOK  
@BIDADARIBEKASIH SEBAGAI MEDIA PROMOSI KULINER**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademi Dan  
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Srata-1  
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh :

**Fae safa Miranda Saputri**

**NBI. 1152000060**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2024**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fae Safa Miranda Saputri

NBI : 1152000060

Judul : Analisis Isi Konten Promosi Akun Tiktok @bidadaribekasih Sebagai  
Media Promosi Kuliner

Surabaya, 3 Juli 2024

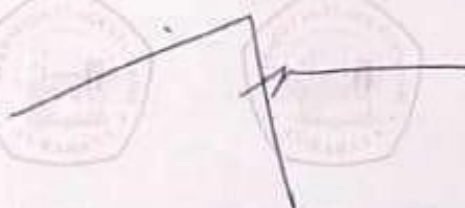
**Mengetahui,**  
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**Disetujui oleh,**  
Dosen Pembimbing I



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P**  
NPP:20120870103



**Mohammad Insan Romadhan,**  
**S.I.Kom, M.Med.Kom**  
NPP: 20150.17.0741

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 28 Juni 2024

Dewan Penguji:

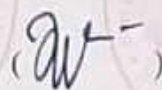
Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom

Ketua

()

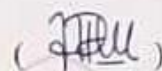
Wahyu Kuncoro, S.T., M.Med.Kom

Anggota

()

Nara Garini Avuningrum, S.Tr.Kom., M.A

Anggota

()

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

  
Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, MP  
NPP:20120870103



## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIASI

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Fae Safa Miranda Saputri

Nim : 1152000060

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Analisis Isi Konten Promosi Akun Tiktok

@bidadaribekasih Sebagai Media Promosi Kuliner

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan Sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademikyang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juli 2024

Yang Menulis Pernyataan



(Fae Safa Miranda Saputri)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fae Safa Miranda Saputri  
NBI : 1152000060  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

**"Analisis Isi Konten Promosi Akun Tiktok @bidadaribekasih Sebagai Media Promosi Kuliner"**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 4 Juli 2024

Yang Menyatakan,

(Fae Safa Miranda Saputri)

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to determine the promotional content of the Tiktok @Bidadaribekasih account as a culinary promotion medium. The method used in this research uses descriptive quantitative methodology. This type of research uses content analysis methods to get answers with data that will be taken based on samples from the population. The population in this research is the number of videos on the Tiktok account @bidadaribekasih, totaling 83 videos in 2024. The data collection technique in this research is content analysis technique.*

*The data analysis technique used is coding sheet as a unit of analysis which is in accordance with content analysis accompanied by a list. The results of the research show that for each existing indicator, there are percentages with larger and smaller results, namely 13% and 0%. This percentage shows that there are online marketing videos and social media marketing videos which cover all 11 video content which get 13% results, then there are soft selling videos which get 2% results, hard selling videos 11%, contest and lottery videos, videos 1% coupon, and finally the packaged price agreement video, discount video, retail selling video, field selling video, executive selling video, and video placing promotional advertisements online get 0% results.*

*Based on the results of the video content analysis it can be concluded that each indicator can get different percentage, where the results are based on calculations using an indicator coding sheet that includes or does not include the concept of marketing communications, which can be a new emphasis for the Tiktok account @bidadaribekasih.*

**Keywords :** *Promotion, Tiktok, Culinary, Coding sheet, Video, Content.*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Isi Konten Promosi Akun Tiktok @Bidadaribekasih Sebagai Media Promosi Kuliner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif secara deskriptif. Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis konten untuk mendapatkan jawaban dengan data yang akan diambil berdasarkan sampel pada populasi. Populasi yang ada pada penelitian ini adalah jumlah video yang ada di akun Tiktok @bidadaribekasih yang berjumlah 83 video di tahun 2024. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik analisis isi (content analysis).

Adapun teknik analisis data yang digunakan ialah Coding sheet sebagai unit analisis yang sesuai dengan analisis isi yang disertai dengan daftar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap indikator yang ada, terdapat persentase yang hasilnya lebih besar dan lebih kecil yaitu 13% dan 0%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa terdapat video online marketing dan video sosial media marketing yang telah mencakup semua 11 konten video yang mendapatkan hasil 13%, lalu terdapat, video soft selling yang mendapatkan hasil 2%, video hard selling 11%, video kontes dan undian, video kupon 1%, dan yang terakhir video kesepakatan harga kemas, video diskon, video retail selling, video field selling, video executive selling, dan video menempatkan iklan promosi secara online mendapatkan hasil 0%

. Berdasarkan hasil analisis konten video tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa setiap indikator dapat mendapatkan persentase yang berbeda, dimana pada hasil berdasarkan perhitungan menggunakan coding sheet indikator yang mencakup maupun tidak mencakup konsep komunikasi pemasaran dapat menjadi penekanan baru bagi akun Tiktok @bidadaribekasih.

***Kata Kunci : Promosi, Tiktok, Kuliner, Coding sheet, Video, Konten***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis Isi Konten Promosi Akun Tiktok @bidadaribekasih Sebagai Media Promosi Kuliner”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 17 Agustus 1945 Surabaya.

Skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa bantuan, dukungan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,Med.Kom, selaku dosen pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan serta nasihat dengan penuh kesabaran kepada penulis selama proses bimbingan skripsi
2. Muchamad Rizqi, S.I Kom.,M.,Med.Kom selaku dosen pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan serta nasihat dengan penuh kesabaran kepada penulis selama proses bimbingan skripsi.
3. Bambang Sugeng Rijanto dan Mujianah, selaku orang tua. Terima kasih atas seluruh dukungan yang senantiasa diberikan kepada peneliti, mulai dari apresiasi, kepercayaan, serta doa yang baik selama proses kuliah hingga skripsi ini terselesaikan.
4. Nelta Audia Saputri, selaku kakak penulis yang memberikan banyak bantuan serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
5. Habib Nabil Fauzan, selaku orang yang cukup spesial bagi penulis yang telah memberikan banyak dukungan serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Adinda Meidiva Putri, selaku sahabat baik yang telah menemani penulis dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
7. Dinda Afla, Novonny Adisty, Amaradiach, Novia Dwi, Andri Nerizza, Hannah Fitri, Maulana Mukti, dan Novian Ardiansyah, selaku sahabat penulis yang menemani proses kuliah hingga

skripsi. Terima kasih atas dukungan dan bantuan kalian hingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu proses pengerjaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa dan pihak yang bersangkutan.

Surabaya, 16 Juni 2024

(Fae Safa Miranda Saputri)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>5</b>
<b>2.2 Landasan Konseptual</b> .....	<b>10</b>
<b>2.2.1 Komunikasi Pemasaran</b> .....	<b>10</b>
<b>2.3 Definisi Konseptual</b> .....	<b>13</b>
<b>2.3.1 Konsep Komunikasi Pemasaran</b> .....	<b>13</b>
<b>2.3.2 Komunikasi dalam iklan</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3.3 Komunikasi dalam Pemasaran Langsung</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3.4 Komunikasi dalam Promosi Penjualan</b> .....	<b>15</b>
<b>2.3.5 Komunikasi dalam Penjualan Personal</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3.6 Komunikasi dalam Pemasaran Interaktif</b> .....	<b>16</b>
<b>2.3.7 Pesan dalam Komunikasi Pemasaran</b> .....	<b>17</b>
<b>2.4 Definisi Operasional</b> .....	<b>17</b>
<b>2.5 Hipotesis</b> .....	<b>18</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
<b>3.1 Pendekatan Penelitian</b> .....	<b>19</b>

3.2	Jenis Penelitian.....	19
3.3	Populasi dan Sampel.....	19
3.3.1	Populasi .....	19
3.3.2	Sampel .....	19
3.4	Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	20
3.4.1	Coding Sheet .....	20
3.5	Teknik Pegumpulan Data.....	20
3.6	Teknik Analisis Data.....	21
3.6.1	Coding Sheet .....	21
3.7	Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	21
3.7.1	Konsep Komunikasi Pemasaran.....	21
3.7.2	Komunikasi dalam Pemasaran Langsung .....	22
3.7.3	Komunikasi dalam Promosi Penjualan .....	22
3.7.4	Pesan dalam Komunikasi Pemasaran.....	23
3.7.5	Definisi Operasional .....	24
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
4.1	Gambaran Objek Penelitian .....	27
4.2	Penyajian Data .....	27
4.3	Pembahasan.....	31
4.3.1	Komunikasi Dalam Konteks Iklan.....	31
4.3.2	Komunikasi Dalam Konteks Pemasaran Langsung .....	31
4.3.3	Komunikasi dalam konteks Promosi Penjualan .....	38
4.3.4	Komunikasi dalam konteks penjualan personal.....	39
4.3.5	Komunikasi dalam konteks pemasaran interaktif.....	40
4.3.6	Komunikasi dalam konteks pesan.....	40
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>47</b>
5.1	Kesimpulan.....	47
5.2	Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>49</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>52</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
Tabel 3. 1 Struktur Kategori.....	24
Tabel 4. 1 Hasil analisis bentuk video konten @bidaribekasih kategori iklan .....	28
Tabel 4. 2 Hasil analisis bentuk video konten @bidaribekasih kategori pemasaran langsung .....	28
Tabel 4. 3 Hasil analisis konten video @bidaribekasih kategori promosi penjualan .....	29
Tabel 4. 4 Hasil analisis konten video @bidaribekasih kategori penjualan personal .....	30
Tabel 4. 5 Hasil analisis video konten @bidaribekasih kategori pemasaran interaktif .....	30
Tabel 4. 6 Hasil analisis video @bidaribekasih kategori pesan .....	31
Tabel 4. 7 Hasil konten video dan keterangan .....	32
Tabel 4. 8 Hasil konten video dan keterangan .....	39
Tabel 4. 9 Hasil konten video dan keterangan .....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun Tiktok @bidaribekasih.....	27
Gambar 4. 2 bidaribekasih mempromosikan mie instan Mie gaga .....	33
Gambar 4. 3 @bidaribekasih mempromosikan sosis siap makan Kanzler	33
Gambar 4. 4 @bidaribekasih mempromosikan minuman Energen.....	34
Gambar 4. 5 @bidaribekasih mempromosikan makanan dessert Tiramisusu .....	34
Gambar 4. 6 @bidaribekasih mempromosikan makanan ringan Crepes Time .....	35
Gambar 4. 7 @bidaribekasih mempromosikan makanan ringan Arden ...	35
Gambar 4. 8 @bidaribekasih mempromosikan Indomie rasa kebuli .....	36
Gambar 4. 9 @bidaribekasih mempromosikan minuman Chatime dan Hydro Coco .....	36
Gambar 4. 10 @bidaribekasih mempromosikan ayam Butumbar .....	37
Gambar 4. 11 @bidaribekasih mempromosikan cafe (The People’s Cafe) .....	37
Gambar 4. 12 @bidaribekasih mempromosikan makanan ringan ibu hamil Mom Ung .....	38
Gambar 4. 13 @bidaribekasih mempromosikan minuman Chatime dan Hydro Coco .....	39
Gambar 4. 14 @bidaribekasih mempromosikan minuman Energen.....	39
Gambar 4. 15 @bidaribekasih mempromosikan mie instan Mie gaga.....	41
Gambar 4. 16 @bidaribekasih mempromosikan sosis siap makan Kanzler .....	41
Gambar 4. 17 @bidaribekasih mempromosikan minuman Energen.....	42
Gambar 4. 18 @bidaribekasih mempromosikan makanan ringan Crepes Time .....	42

Gambar 4. 19 @bidaribekasih mempromosikan Indomie rasa kebuli

.....  
43

Gambar 4. 20 @bidaribekasih mempromosikan minuman Chatime dan Hydro Coco

.....  
43

Gambar 4. 21 @bidaribekasih mempromosikan ayam Butumbar

.....  
44

Gambar 4. 22 bidaribekasih mempromosikan cafe (The People's Cafe)

.....  
44

Gambar 4. 23 @bidaribekasih mempromosikan makanan ringan ibu hamil Mom Ung

.....  
45

Gambar 4. 24 @bidaribekasih mempromosikan makanan dessert Tiramisusu

45

Gambar 4. 25 @bidaribekasih mempromosikan makanan ringan Arden . 46

