

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SHERIZ MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK dan INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Mukhammad Bakhruddin Amiq
NBI 1151900326

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SHERIZ
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK dan INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

Mukhammad Bakhrudin Amiq

NBI 1151900326

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

2024

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana :


Dewan Penguji

1. **Muchammad Rizqi, S.I.Kom.,M.
Med.Kom**
Ketua
2. **Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,
M.Med.Kom**
Anggota
3. **Fransisca Benedicta Avira Citra
Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom**
Anggota

()
()
()

Mengetahui

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


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

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mukhammad Bakhruddin Amiq
NBI : 1151900326
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
PRODUK SHERIZ MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK dan
INSTAGRAM

Gresik, 11 Juli 2024

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

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing I


Dr. Drs. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP 20120870103


Muchammad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom
NPP 20150170752

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mukhammad Bakhrudin Amiq
NBI : 1151900326
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK
SHERIZ MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK dan
INSTAGRAM

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

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

Gresik, 11 Juli 2024
Yang membuat pernyataan



(Mukhammad Bakhrudin Amiq)



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Mukhammad Bakhruddin Amiq

NBI : 1151900326

Fakultas : 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 :

“Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Sheriz Melalui Media Sosial Tiktok dan Instagram”

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 : Kamis, 11 Juli 2024



yatakan

Mukhammad Bakhruddin Amiq

ABSTRAK

Media sosial menjadi bentuk kemajuan teknologi dengan hadirnya perubahan media lama menjadi media baru atau *new media*. Strategi komunikasi pemasaran dapat dimaknai langkah awal yang menyeluruh di lingkup pemasaran produk atau jasa. Tiktok dan Instagram menjadi beberapa media sosial yang digunakan sebagai wadah untuk melakukan strategi komunikasi pemasaran. Objek penelitian ini adalah aktivitas komunikasi pemasaran Sheriz melalui media sosial Tiktok dan Instagram. Pada penelitian ini menggunakan Sheriz karena perkembangan dalam penjualan yang pesat dengan menggunakan media sosial sebagai strategi dalam melakukan pemasaran sehingga peneliti tertarik dengan fitur-fitur yang digunakan Sheriz pada Tiktok dan Instagram. Diantaranya fitur Platform Tiktok/Instagram Ads, Live Streaming, Add Yours, dan beberapa fitur lainnya.

Kata kunci : media baru, instagram, tiktok, strategi komunikasi pemasaran

ABSTRACT

Social media is a form of technological advancement with the presence of changes in old media into new media or new media. Marketing communication strategy can be interpreted as a comprehensive first step in the scope of marketing a product or service. Tiktok and Instagram are some of the social media used as a forum for conducting marketing communication strategies. The object of this research is Sheriz's marketing communication activities through Tiktok and Instagram social media. In this study using Sheriz because of the rapid development in sales by using social media as a strategy in marketing so that researchers are interested in the features used by Sheriz on Tiktok and Instagram. Such as the Tiktok / Instagram Ads Platform feature, Live Streaming, Add Yours, and several other features.

Keywords: new media, instagram, tiktok, marketing communication strategy

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang maha esa yang telah mengkaruniakan kasih dan anugerahnya, sehingga penulisan Skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK SHERIZ MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK dan INSTAGRAM” yang merupakan persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dapat sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Diakui bahwa sejak tahap awal sehingga selesainya pengerjaan skripsi ini secara langsung maupun tidak langsung terlibat, penulis menerima banyak sekali bantuan dari pihak mulai dari materi, ide, data, moril sampai kepada spiritual. Oleh karena itu dalam kesempatan yang baik ini rasanya menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya dan setulus-tulusnya pada yang terhormat :

1. Ayah dan mama tercinta yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, dan yang selalu mendoakan dari jauh untuk keberhasilan penulis serta memberi dorongan, semangat, bantuan, baik material maupun spiritual kepada saya. Penulis sangat berterima kasih kepada ayah dan mama yang telah sangat sabar sampai dengan detik ini. Sehat selalu serta diberikan panjang umur yang barokah.
2. Kakak dan adek saya yang selalu menghibur sehingga menjadi faktor penyemangat saya dalam mengerjakan penulisan ini.
3. Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom dan Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan petunjuk dalam penyusunan Tugas Akhir ini dengan sangat perhatian, baik, sabar, dan ramah.
4. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kegiatan kuliah.
7. Shelma dan Rizma yang telah berbaik hati dan membantu penulis dalam pengambilan data serta telah berkenan untuk menjadi narasumber sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai.

7. Shelma dan Rizma yang telah bertaik hati dan membantu penulis dalam pengambilan data serta telah berkenan untuk menjadi narasumber sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai.
8. Fani sebagai tim marketing Sheriz yang telah berkenan menjadi narasumber yang juga membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca akan penulis terima kasih dengan senang hati.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Gresik, 19 Juni 2023



Mukhammad Bakhrudin Amiq

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| HALAMAN SAMPUL | |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI..... | iv |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS | v |
| ABSTRAK | 7 |
| <i>ABSTRACT</i> | 8 |
| KATA PENGANTAR..... | 9 |
| DAFTAR ISI..... | 11 |
| DAFTAR GAMBAR | 14 |
| DAFTAR TABEL | 15 |
| LAMPIRAN..... | 16 |
| Lampiran Transkrip Wawancara 52 | 16 |
| Lampiran Informan Pendukung 1 57 | 16 |
| Lampiran Informan pendukung 2 58 | 16 |
| Lampiran Informan pendukung 3 59 | 16 |
| Dokumentasi wawancara dengan Rizma dan Fani 60 | 16 |
| BAB I PENDAHULUAN | Error! Bookmark not defined. |
| 1.1 Latar Belakang..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2 Fokus Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1. Penelitian Terdahulu..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1.1. Critical Review | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2. Landasan Teori | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2.1. Model AIDA | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3. Landasan Konseptual..... | Error! Bookmark not defined. |

| | | |
|-------------------|--|-------------------------------------|
| 2.3.1. | Komunikasi Pemasaran..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3.2. | Strategi Komunikasi Pemasaran | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3.3. | Bauran Promosi (<i>Promotional Mix</i>)..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3.4. | Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3.5. | Media Sosial..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3.6. | Instagram | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3.7. | Tiktok..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3.8. | Fitur Instagram dan Tiktok | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4. | Kerangka Dasar Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| BAB III | | Error! Bookmark not defined. |
| METODE PENELITIAN | | Error! Bookmark not defined. |
| 3.1. | Pendekatan penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.2. | Jenis Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.3. | Subjek dan Objek Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4. | Metode Pengumpulan Data..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4.1. | Jenis data (Primer dan Sekunder) | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4.2. | Teknik Pengumpulan Data | Error! Bookmark not defined. |
| 3.5. | Teknik Analisis Data..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.6. | Teknik Keabsahan Data..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.1. | Gambaran Umum Sheriz..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.2. | Identitas Informan Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2 | Strategi Komunikasi Pemasaran Produk <i>Sheriz</i> | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.1. | Menentukan Produk (<i>Product</i>)..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.2. | Memilih Tempat (<i>Place</i> | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3 | Pembahasan | Error! Bookmark not defined. |
| BAB V | | Error! Bookmark not defined. |
| PENUTUP | | Error! Bookmark not defined. |

| | |
|---|-------------------------------------|
| 5.2. Kesimpulan | Error! Bookmark not defined. |
| 5.2. Saran..... | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |
| Lampiran Transkrip Wawancara | Error! Bookmark not defined. |
| Lampiran Informan Pendukung 1..... | Error! Bookmark not defined. |
| Lampiran Informan pendukung 2..... | Error! Bookmark not defined. |
| Lampiran Informan pendukung 3..... | Error! Bookmark not defined. |
| Dokumentasi wawancara dengan Rizma dan Fani | Error! Bookmark not defined. |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1. 1 Data Pengguna E-commerce Maret 2023 | Err |
| or! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4.1 Tiktok dan Instgaram sheriz | Err |
| or! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4.2 Struktural Sheriz | Err |
| or! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4.3 Contoh Nomor BPOM Profuk Sheriz | Err |
| or! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4.4 Harga Produk Sheriz | Err |
| or! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4.5 Fitur Post Tiktok. Fitur Feed, Story, Caption Instagram | Err |
| or! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4.6 Feed Instagram mengenai promo dan menjawab pertanyaan konsumen | Err |
| or! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4.7 Testimoni berupa kalimat deskripsi bukti langsung serta fitur highlight | Err |
| or! Bookmark not defined. | |
| Gambar 4.8 Konsumen memberikan testimoni melalui direct message dan chat personal | Err |
| or! Bookmark not defined. | |

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... Error! Bookmark not defined.

