

**PENGUNAAN TIKTOK @*SISABENANG* &
@*DAILYNOON.STORE* DALAM MENARIK KONSUMEN**

SKRIPSI

Dosen pembimbing : Dr. Andria Saptyasari, S.Sos., M.A.



DISUSUN OLEH :

JASMINE SYAHIRA ALTHAF

NIM : 071811533085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

DEPARTEMEN KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil 2021/2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau Universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung ataupun tidak langsung) dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya,



Jasmine Syahira Althaf

**PENGUNAAN TIKTOK UKM @SISABENANG &
@DAILYNOON.STORE DALAM MENARIK
KONSUMEN**

SKRIPSI

Maksud : Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

DISUSUN OLEH:

JASMINE SYAHIRA ALTHAF

NIM: 071811533085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

DEPARTEMEN KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

Semester Ganjil 2021/2022

UCAPAN TERIMA KASIH

First things first, Alhamdulillah, for every blessing God has given me, and never leave me alone. I want to thank me for all the effort and tears, for everything I have been through since the beginning of college to the end, thank you for staying motivated and not giving up.

Ayah dan Ibu, for all the love, and support, and **Zaafir** thank you for your help if i need something but i can reach it hehe.

A very big thank you to **Dr. Andria Saptyasari, S.Sos., MA** who willing to take her time to guide during this thesis. Thank you for the patience you have given me.

Thank you to **Nadhil**, thank you for always being there. Thank you for always being patient for me and my mood swings and thanks for all the Strabucks you sent. Thank you very much.

For my junior high school bestie **Ramadhan Hore**. Thank you for laughing so much that makes me laugh too. Let's carpool karaoke and sing Sm*sh.

Thank you to the people who accompanied my college life **JJ aka Kristian, Christine, Adi, & Christo, also Bitu and Commers 18**, and all my friends who I can't mention, thank you. Thank you also to **Faris** who always accompanied me to cry but still worked on this thesis.

For the **Department of Communication, lecturers, staff**, thank you very much for filling the days during the lecture.

Halaman Persetujuan Pembimbing

**PENGUNAAN TIKTOK UKM @*SISABENANG* &
@*DAILYNOON.STORE* DALAM MENARIK KONSUMEN**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Dosen Pembimbing



Dr. Andria Saptyasari, S.Sos.,MA

NIP. 197212301998022001

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diajukan dan disahkan di hadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi
Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada Hari : Kamis
Tanggal : 14 April 2022
Pukul : 13.00-15.30

Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji



Dina Septiani, B.Comm., M.Comn., Ph.D.NIP.
198209052006042002.

Anggota I



Rani Sukma Ayu Suteja, S.I.Kom., M.Sc.
NIP. 199101192019032019

Anggota II



Dr. Andria Saptiyasari, S.Sos., MA
NIP. 197212301998022001

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai Penggunaan Tiktok UKM @Sisabenang dan @Dailynoon.store Dalam Upaya Menarik para Konsumen. Tiktok yang merupakan suatu media hiburan dalam membuat dan menyebarkan sebuah video namun juga dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi mengenai suatu produk. Usaha kecil dan menengah (UKM) dapat memanfaatkan Tiktok sebagai media untuk meningkatkan performa dalam memasarkan produknya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif yang menjelaskan kegiatan UKM @Sisabenang & @Dailynoon.store menggunakan media Tiktok guna menarik konsumen. Penelitian dikaitkan dengan model AIDA yang berfokus pada bagian *interest*. Peneliti mendapatkan data dengan menggunakan metode penelitian *indepth interview*.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa Tiktok merupakan media yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai suatu produk. Pemilihan Tiktok dapat membantu para UKM dalam menyebarkan informasi pada konsumen. Selain itu peneliti juga menemukan strategi yang digunakan oleh UKM @Sisabenang & @Dailynoon.store dalam upaya menarik konsumen.

Kata Kunci : Tiktok, UKM

ABSTRACT

This study discusses the use of Tiktok @Sisabenang and @Dailynoon.store in an effort to attract consumers. Tiktok which is an entertainment medium in making and distributing a video but can also be used to spread information about a product. Small and medium-sized enterprises (SMEs) can use Tiktok as a medium to improve performance in marketing their products.

This study used a qualitative approach with descriptive types that explain the activities of SMEs @Sisabenang & @Dailynoon.store use TikTok media to attract consumers. The research is associated with the AIDA theory that focuses on the Interest section. Researchers obtained the data using the Indepth Interview research method.

Based on the results of research found that Tiktok is a medium that can be used to spread information about a product. The selection of Tiktok can help SMEs in spreading information to consumers. In addition, researchers also found strategies used by SMEs @Sisabenang & @Dailynoon.store in an effort to attract consumers.

Keywords : Tiktok, UKM

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Penggunaan Tiktok UKM @Sisabenang & @Dailynoon.store Dalam Menarik Konsumen”** tepat pada waktunya. Tujuan disusunnya skripsi ini tidak lain adalah untuk memenuhi persyaratan kelulusan pendidikan S1 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

Penelitian ini tidak akan selesai apabila tanpa ada bantuan dari pihak-pihak yang bersangkutan dalam membantu selama proses penelitian baik informasi, saran, kritik, dan doa. Dengan demikian peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat selama proses penyusunan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena memiliki banyak kekurangan, sehingga peneliti menampung segala kritik dan saran untuk memperbaiki karya ini. peneliti berharap dengan dibuatnya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun penelitian selanjutnya.

Surabaya,

Jasmine Syahira Althaf

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
Halaman Persetujuan Pembimbing	v
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	7
1.5.2 Tiktok dalam Menarik Konsumen.....	13
1.5.3 Model AIDA.....	17
1.5.4 Definisi UKM.....	19
1.5.5 Kerangka Berpikir	20
1.6 Metodologi Penelitian	21
1.6.1 Metode Penelitian.....	21
1.6.2 Pendekatan dan Fokus Penelitian	21
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	21
1.6.4 Teknik Analisis.....	22
BAB II	24
GAMBARAN UMUM PENELITIAN	24

2.1 Gambaran Umum	24
2.2 Profil Informan	25
BAB III.....	27
PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA	27
3.1 Alasan UKM menggunakan Tiktok sebagai Media Promosi.....	27
3.2 Penggunaan Tiktok oleh UKM @Sisabenang & @Dailynoon.Store dalam Menarik Konsumen.....	34
3.3 Strategi Komunikasi Khusus UKM @Sisabenang & @Dailynoon.Store	45
BAB IV	48
KESIMPULAN DAN SARAN	48
4.1 Kesimpulan	48
4.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	10
-------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tiktok <i>Guess</i>	4
Gambar 1.2 Tiktok <i>@Keadelarossa (@Sisabenang)</i>	6
Gambar 1.3 Tiktok <i>@Dailynoon.Store</i>	6
Gambar 1.4 Tiktok <i>Product Launching @Dailynoon</i>	15
Gambar 1.5 Tiktok <i>Catalog @Sisabenang</i>	16
Gambar 1.6 Tiktok <i>Packaging&Shipping @Dailynoon</i>	17
Gambar 1.7 Kerangka Berpikir	20
Gambar 3.1 Testimoni <i>@Sisabenang</i>	30
Gambar 3.2 Testimoni <i>@Dailynoon.store</i>	31
Gambar 3.3 Tiktok Video Tutorial <i>@Dailynoon.store</i>	33
Gambar 3.4 Tiktok <i>Product Launching @Sisabenang</i>	36
Gambar 3.5 Tiktok Testimoni <i>@Sisabenang</i>	37
Gambar 3.6 Tiktok <i>Catalog @Sisabenang</i>	40
Gambar 3.7 Tiktok <i>Packaging @Sisabenang</i>	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	59
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	63