

**Implementasi Pemasaran Digital via TikTok (Studi Pada Produk
Luxcrime)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**Maura Rizqia
1181003162**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS EKONOMI DAN
ILMU SOSIAL UNIVERSITAS BAKRIE JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Maura Rizqia

NIM : 1181003162

Tanda Tangan : 

Tanggal : 30 Agustus 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Maura Rizqia
NIM : 1181003162
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI PEMASARAN DIGITAL
VIA TIK TOK (STUDI PADA PRODUK
LUXCRIME)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos.,M.Si ()

Penguji 1 : Suharyanti, Dra., M.S.M. ()

Penguji 2 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A ()

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas nikmat dan anugerah-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Implementasi Pemasaran Digital via TikTok (Studi pada Produk Luxcrime)” dalam rangka memenuhi persyaratan gelar sarjana program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie.

Penulis mengetahui bahwa penulisan tugas akhir ini sangatlah jauh dari kata sempurna. Maka, penulis berharap akan adanya masukan dan saran demi membangun dan mengembangkan sehingga dapat memiliki nilai dan guna bagi pembacanya. Diharapkan juga, penelitian ini dapat memiliki manfaat bagi penelitian selanjutnya dan pihak lain. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan semangat dan bantuan dari beberapa pihak yang bersangkutan. Maka dari itu, penulis dengan segenap kasih mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang Tua dan Adik-Kakak

Terima kasih kepada Ayah, Ibu, dan adik kakak saya karena telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan tepat waktu.

2. Mochammad Kresna Noer

Segenap terima kasih kepada Pak Kresna Noer selaku dosen yang selama ini membimbing penulis dalam menyusun tugas akhir. Penulis mengucapkan terima kasih juga atas waktu yang telah diberikan untuk memberikan arahan dan motivasi serta solusi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

3. Dosen Ilmu Komunikasi

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu yang bermanfaat. Penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu, namun penulis

bersyukur telah mendapatkan bantuan dari dosen-dosen Universitas Bakrie. Semoga sukses dan sehat selalu.

4. Staff Universitas Bakrie

Terima kasih banyak untuk bantuan dan juga pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan Universitas Bakrie kepada penulis selama masa kuliah ini. tanpa adanya bantuan dan pelayanan mereka penulis tidak akan bisa mencapai pada tahap akhir perkuliahan. Maka dari itu penulis sangat bersyukur telah mendapatkan bantuan dari seluruh karyawan Universitas Bakrie. Terima kasih juga saya ucapkan khusus kepada almarhum mas Anang yang selalu dengan lapang dada membantu saya dalam masalah administrasi, semoga beliau diterima di sisiNya dan diterima amal ibadahnya. Amin.

5. Teman Universitas Bakrie dan sahabat pejuang skripsi

Saya ucapkan terima kasih kepada seluruh teman Universitas Bakrie telah menemani penulis selama masa perkuliahan ini serta telah memberikan dukungan emosional kepada penulis. Saya ucapkan terima kasih juga terkhusus untuk Talita Vinka Lendani, Amelia Putri Zahrotul A. A, dan Wihandary Stefani Eldo, Yovinka Ayu, Alya Aisyah, Bramandhika telah berjuang bersama menyelesaikan perkuliahan ini. Penulis akan selalu mengingat momen canda tawa dan dukungan mereka selama ini. Thank you so much guys!

6. Grup ACMT

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Tiara Poetri, Chitra Deviana Putri dan Adelia Rizky telah memotivasi saya selama masa kuliah. Terima kasih telah memberikan dukungan emosional dan memberikan canda tawa sehingga penulis mendapatkan dorongan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teman-teman Komunal 2018

Terima kasih untuk teman-teman Komunal 2018 telah meluangkan waktu bersama serta saling memberikan dukungan dengan penulis selama masa kuliah, semoga sukses selalu untuk kalian semua!

Penulis,



Maura Rizqia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maura Rizqia
NIM : 1181003162
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Implementasi Pemasaran Digital Via TikTok (Studi pada Produk Luxcrime)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat :

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Agustus 2023


Maura Rizqia

Implementasi Pemasaran Digital via TikTok (Studi pada Produk Luxcrime)

Maura Rizqia

ABSTRAK

Perusahaan dan merek berusaha untuk menarik perhatian dari konsumen, salah satunya adalah dengan strategi pemasaran digital dengan TikTok yang saat ini banyak digunakan oleh banyak merek, Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui implementasi pemasaran digital pada TikTok Luxcrime. Penelitian ini menggunakan desain penelitian studi kasus dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data di penelitian ini adalah dengan melakukan observasi, dokumentasi dan wawancara kepada *Owner* dari Luxcrime yaitu Achmad Nurul Fajri. Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai implementasi pemasaran digital Luxcrime menggunakan aplikasi TikTok. Dapat diambil kesimpulan analisis dari teori *4Cs of Social Media Marketing*, bahwa Luxcrime mempraktikkan keempat elemen teori tersebut, yaitu *content creation*, *content sharing*, *connecting* dan *community building*. Dalam aspek *Content Creation* kegiatan pemasaran Luxcrime meliputi perencanaan konten dan evaluasi produksi konten dengan memanfaatkan *viral event* dan *challenge* di TikTok sebagai ide konten, serta fitur *audience targeting* dan *performance reports* untuk melakukan evaluasi terhadap konten yang di produksi. Dalam aspek *Content Sharing*, Luxcrime memanfaatkan TikTok *Beauty Key Opinion Leader* untuk menyebarluaskan konten. Dalam aspek *Connecting*, kegiatan pemasaran meliputi pemanfaatan fitur TikTok *live* dan *direct message* untuk menjalin koneksi dengan audiens dan yang terakhir aspek *Community Building* yang dipraktikkan dengan membentuk komunitas berbasis *online* yang disebut sebagai Luxby.

Kata Kunci: *Implementasi pemasaran digital, TikTok, Luxcrime*

**Implementation of Digital Marketing Via TikTok
(Luxcrime Product Study)**

Maura Rizqia

ABSTRACT

Companies and brands are trying to attract consumers' attention, one of which is with a digital marketing strategy with TikTok which is currently widely used by many brands. This research aims to find out the implementation of TikTok marketing carried out by Luxcrime in order to attract customer interest. This study uses a case study research design with qualitative methods. The data collection technique in this study was by observing, documenting and interviewing the owner of Luxcrime, namely Achmad Nurul Fajri. Based on the results of research, It can be concluded that Luxcrime practices all of the elements of the theory, namely content creation, content sharing, connecting and community building. Digital marketing practices include content planning and evaluation of content production by utilizing viral events and challenges on TikTok as content ideas as well as audience targeting features and performance reports to evaluate the content produced. Utilizing the TikTok beauty Key Opinion Leader to disseminate content, Utilizing the TikTok live and direct message features to establish connections with the audience and finally, by forming an online-based community known as Luxby.

Keywords: Digital marketing implementation, TikTok, Luxcrime

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | vii |
| ABSTRAK | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Konsep yang relevan | 6 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan | 10 |
| 2.3 Model Kerangka Pemikiran..... | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 21 |
| 3.1 Desain dan Pendekatan | 21 |
| 3.2 Objek dan/ atau Subjek Penelitian..... | 21 |
| 3.3 Pengumpulan Data..... | 21 |
| 1. Wawancara secara Mendalam (<i>In-Depth Interview</i>) | 21 |
| 3.4 Analisis Data..... | 23 |
| 3.5 Triangulasi Data | 24 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 26 |
| 4.1 Gambaran Konteks Penelitian | 26 |
| 4.2 Penyajian Data..... | 29 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 40 |

| | |
|------------------------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 40 |
| 5.2 Kendala dan Keterbatasan | 40 |
| 5.3 Saran dan Implikasi | 41 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Pengguna Aktif TikTok..... | 2 |
| Gambar 1.2 Logo Luxcrime..... | 3 |
| Gambar 4.1 Achmad Nurul Fajri..... | 34 |
| Gambar 4.2 Fauzia Nurul Izzah..... | 35 |
| Gambar 4.3 Ema Amelia Ginting..... | 35 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2 .1 Penelitian Terdahulu | 19 |
| Tabel 3. 1 Tabel Informan..... | 23 |
| Tabel 3. 2 Operasionalisasi Konsep | 25 |