

**Strategi Konten Storytelling Brand Lokal HMNS Pada Media Sosial TikTok(Studi Kasus pada Kolaborasi Parfume Untitled antara HMNS x Maliq & D'Essentials)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**TASYA RITZKA SAFIRA**

**1201003018**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini hasil milik saya sendiri dan sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar**

Nama : Tasya Ritzka Safira

NIM 1201003018

Tanggal : 8 Agustus 2024

Tanda Tangan :



## HALAMAN PERSETUJUAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tasya Ritzka Safira  
NIM : 1201003018  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Konten *Storytelling Brand* Lokal HMNS pada Media Sosial  
TikTok (Studi Kasus pada Kolaborasi *Parfume Untitled* antara HMNS X Maliq & D'Essentials)

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr,  
Penguji 1 : Suharyanti, M.S.M, Ph.D  
Penguji 2 : RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom.



Ditetapkan di Jakarta, Tanggal  
28 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkah serta rahmat, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir sebagai Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie, dengan judul Strategi Konten Storytelling Brand Lokal HMNS Pada Media Sosial TikTok (Studi Kasus: Kolaborasi Parfume Untitled antara HMNS x Maliq & D'Essentials) dengan usaha sebaik-baiknya. Penyusunan Tugas Akhir ini Penulis tujukan untuk memenuhi gelar Sarjana (S1), yang mana ini menjadi tujuan akhir Penulis selama menjadi Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah menemani, mendukung, serta membantu Penulis selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini berlangsung. Penulis ingin mengucapkan hormat & terima kasih kepada:

### **1. Mama Eti Setiawati, Alm. Umi Ros, dan Ibu Elly**

Terima kasih sebesar-besarnya kepada Mama Eti Setiawati yang telah senantiasa menyemangati dan telah senantiasa mendoakan tiada henti untuk anak semata wayangnya ini, sehingga Penulis dapat menyelesaikan dan memenuhi tanggung jawab serta cita-cita dari Mama yang telah dititipkan. Terima kasih sebesar-besarnya kepada Alm. Umi Ros yang merupakan Nenek dari Penulis, yang sudah mendoakan serta memberikan nasihat-nasihat kepada Penulis sebagai cucu. Terima kasih sebesar-besarnya Penulis ucapkan kepada Ibu Elly selaku Kakak pertama dari Mama, yang sudah memberikan banyak sekali pandangan kehidupan, yang mampu membuat Penulis menjadi semangat dan mampu menyelesaikan tanggung jawab pendidikan Penulis sampai tuntas.

### **2. Dessy Kania B.A., M.A**

Terima kasih kepada Miss DK yang telah menjadi Dosen Pembimbing Skripsi Penulis, dikarenakan Miss DK selalu memberikan pandangan *out of the box*, sehingga Penulis selalu merasa tertantang untuk menyelesaikan sebuah tugas yang diberikan, dengan mengeksplorasi hal-hal baru yang belum pernah Penulis temukan sebelumnya. Terima kasih kepada Miss DK karena sudah selalu sabar dan kompeten membimbing Penulis, sehingga dapat menuntaskan Laporan Magang sampai Skripsi dengan tepat waktu dan tidak mepet *deadline*.

### **3. Dianingtyas Murtanti Putri M.Si**

Terima kasih kepada Miss Dian, selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis, yang telah memberikan bimbingan, informasi, serta pandangan bagaimana caranya menjadi seorang Manusia yang baik dan bermanfaat bagi sekitar. Terima kasih sebesar-besarnya Penulis ucapkan dikarenakan Miss Dian selalu menekankan dan selalu mempercayai bahwa Penulis bisa menjadi orang yang lebih hebat dan baik dari sebelumnya, dengan selalu belajar dan selalu berniat untuk menjadi orang baik bagi sekitar.

#### **4. Keysha Oxana Sendha**

Terima kasih kepada Keysha Oxana Sendha selaku rekan terdekat dan biasa didekap selama penulis menjalankan perkuliahan di Universitas Bakrie. Terima kasih karena sudah menerima penulis menjadi sahabat terbaru-mu, dan terima kasih telah senantiasa selalu mengingatkan kepada penulis tentang hal-hal yang harus, tidak harus, baik dan tidak baik. Penulis menyadari bahwa kehadiran Keysha sangat-sangat membantu dan mengubah sudut pandang penulis tentang beberapa hal di kehidupan. Untuk itu, penulis harapkan dan sematkan doa, semoga Keysha selalu mendapatkan hal-hal baik di sekeliling hidupnya, dan dijauhkan dari segala yang ingin menyakitinya. *For all those man who want to get in touch with Keysha, watch your step.*

#### **5. Achmad Naufal Saslagian, Muhammad Alif Aufa Putra Aditya, Galih Rachmandanu, Bryant Hugo Kurniawan**

Terima kasih kepada Aa Naufal, Mas Aufa, Ka Galih, dan Adiks Bryant yang senantiasa terus berada di dekat penulis. Terima kasih sudah selalu menerima penulis dengan banyaknya kekurangan, kelupaan, dan juga tutur yang tidak mengenakkan dari penulis. Terima kasih sudah jadi bukti bahwa masih ada laki-laki yang bisa diandalkan kapanpun, dimanapun, dan oleh siapapun. Jangan jadi tua yang menyebalkan ya, 4 serangkai!

#### **6. Rekan terdekat, terhangat, dan tercinta Penulis di Universitas Bakrie**

Terkhusus rekan-rekan tedekat, terhangat, dan tercinta penulis, terima kasih Penulis ucapkan karena selalu berada di sisi Penulis, meski Penulis sedang dalam keadaan jatuh, sedih, ataupun marah. Terima kasih untuk tidak pernah lekang dan tidak pernah hilang ketika Penulis membutuhkan sandaran serta membutuhkan masukan dari para rekan-rekan sekalian. Terima kasih sebesar-besarnya Penulis ucapkan kepada Salsabila Salwa, Naufal Achmad Fachrezy, Adrian Akbar Saputra, Tsamarah Mumtaz, Cahyani Zalsabila, Gabriel Bias Christiadi Limantara,

Salsabila Pramudita, Fidela Amodya, Tiara Aulia Rahmah, dan Anisyahirah Kalyana Maulana Putri yang telah menjadi rekan tercinta Penulis sedari semester 1, melewati masa Mahasiswa Baru, masa Organisasi, sampai akhirnya masa akhir sebagai Mahasiswa ini telah tiba. Penulis mendoakan rekan-rekan sekalian, apapun yang diinginkan agar dapat tercapai, dan selalu menjadi manfaat bagi diri sendiri maupun sekitar. Penulis menyayangi rekan-rekan sekalian dengan segenap hati, semoga kita bisa berkawan sampai mati.

#### **7. Kurniati Putri Haeirina**

Terima kasih Penulis ucapkan kepada Mba Nia, selaku Kepala Bagian dari Biro Komunikasi Strategis, yang sudah memberikan Penulis kesempatan untuk magang sebagai *Staff* di BKS Universitas Bakrie. Terima kasih sebesar-besarnya Penulis sampaikan karena Mba Nia telah membuka wawasan Penulis terhadap dunia kerja dan dunia menulis. Terima kasih sebesar-besarnya karena Mba Nia menjadi salah satu manusia berjasa penting dalam kehidupan Penulis, karena sudah memberikan banyak sekali hal untuk dijadikan Penulis bekal selama berkuliah ataupun berkehidupan sosial. Semoga, Mba Nia segera mendapatkan jodoh yang sesuai dan dapat membahagiakan Mba Nia sampai akhir hayat nantinya.

#### **8. BEM Universitas Bakrie**

Terima kasih kepada BEM Universitas Bakrie yang telah menjadi tempat Penulis untuk belajar, memberi, serta berkembang selama menjadi Ketua BEM Universitas Bakrie 2022/2023. Penulis telah melewati beberapa masa senang dan sulit dalam kepengurusan BEM Universitas Bakrie, maka dari itu Penulis ingin berterima kasih dikarenakan pengalaman dan masa sulit yang telah Penulis lewati mampu menjadikan Penulis manusia yang lebih kuat serta mampu mengangkat kepala setiap melewati masa sulit lainnya. Terima kasih telah mempertemukan Penulis dengan kawan-kawan hebat BEM Universitas Bakrie, semoga kawan-kawan sekalian selalu mendapatkan hal terbaik dalam hidup mereka sekalian.

#### **9. KOMUNAL 2020**

Terima kasih kepada KOMUNAL 2020, yang turut menjadi salah satu keluarga baru pertama Penulis di lingkungan perkuliahan. Terima kasih dan salam hormat kepada Fillah Haikal selaku Ketua Angkatan KOMUNAL 2020, yang telah kebersamai teman-teman KOMUNAL 2020 dari awal masuk hingga sampai akhirnya harus selesai di masa ini.

#### **10. Rebel, OSIS 6 Bekasi, GARNISUN, Triplets, Papz**

Terima kasih Penulis ucapkan kepada Rebel yang diisi oleh Liza Amalia dan Elora Salsabila, yang telah menemani Penulis semasa pendidikan Menengah Atas, hingga sampai saat Penulis menyelesaikan studi di perkuliahan. Terima kasih karena sudah selalu kuat dan selalu mengabari ketika Liza dan Elora sedang jauh, dan selalu memberikan hal-hal lucu ketika pulang ke kota tercinta bersama. Terima kasih kepada OSIS 6 Bekasi sebagai pintu awal pembuka ketertarikan Penulis di bidang Organisasi, yang mana ini menjadi salah satu kenangan paling indah yang Penulis miliki selama menduduki masa SMA. Terima kasih kepada Sultan Helmy Athallah, Rafly Abdillah, Wahyu Pramana Arya Putra, Ahmad Faiz Widyaloka, Muhammad Aditya Feriansyah, Jiemy Shandiyawan Santoso, Awanda Fadhly Akbar, Faza Pandya Labdagati, Salsabilla Puspa Diandra, Juan Javier, dan Alm. Annisa Putri Khairina selaku rekan terdekat Penulis selama menjadi seorang organisator pertama di SMA, semoga kelak kita menjadi orang-orang yang selalu mengingat jalan pulang.

#### **11. Seluruh pihak yang pernah kebersamai Penulis**

Terima kasih sebesar-besarnya juga Penulis ucapkan kepada seluruh teman-teman serta pihak yang pernah kebersamai Penulis, yang belum bisa Penulis sebutkan satu persatu. Tasya sekarang tidak akan pernah ada dan tumbuh jika tidak dibersamai oleh kalian. Terima kasih, semoga sehat dan bahagia senantiasa juga kebersamai kalian, sampai kapanpun.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Tasya Ritzka Safira  
NIM : 1201003018  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **STRATEGI KONTEN STORYTELLING BRAND LOKAL HMNS PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI KASUS PADA KOLABORASI PARFUME UNTITLEDANTARA HMNS X MALIQ & D'ESSENTIALS)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** 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 dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Tanggal : 8 Agustus 2024

**Yang Menyatakan,**



**Tasya Ritzka Safira**



**Strategi Konten Storytelling Brand Lokal HMNS Pada Media Sosial TikTok (Studi Kasus pada Kolaborasi Parfume Untitled antara HMNS x Maliq & D'Essentials)**

**TASYA RITZKA SAFIRA**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten *storytelling* yang digunakan oleh *brand* lokal HMNS dalam mempromosikan kolaborasi parfume "Untitled" dengan Maliq & D'Essentials di media sosial TikTok. Studi ini mengeksplorasi bagaimana HMNS memanfaatkan elemen-elemen naratif dalam konten mereka untuk meningkatkan engagement dan membangun identitas merek yang kuat. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan analisis konten video TikTok HMNS serta wawancara mendalam dengan tim pemasaran HMNS dan Maliq & D'Essentials. Hasil penelitian menunjukkan bahwa HMNS berhasil menciptakan narasi yang menarik melalui penggunaan simbol-simbol budaya lokal, keunikan produk, dan elemen kolaborasi kreatif. Penggunaan visual yang estetik, musik yang relevan, dan cerita personal dari kedua brand terintegrasi dengan baik dalam konten TikTok mereka. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga membangun hubungan emosional dengan audiens, yang terbukti dari tingginya tingkat interaksi dan respons positif dari pengikut mereka. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *storytelling* yang efektif di media sosial, khususnya di TikTok, memerlukan pemahaman mendalam tentang audiens dan kreativitas dalam mengemas pesan. Kolaborasi antara HMNS dan Maliq & D'Essentials menjadi contoh sukses bagaimana dua brand dapat berkolaborasi untuk menciptakan nilai tambah melalui narasi yang kuat dan autentik.

**Kata Kunci:** *storytelling*, media sosial, TikTok, *brand* lokal, HMNS, Maliq & D'Essentials.

*Content Storytelling Strategy of Local Brand HMNS on TikTok Social Media(Case Study on Untitled Perfume Collaboration between HMNS x Maliq & D'Essentials)*

**TASYA RITZKA SAFIRA**

---

**ABSTRACT**

This study aims to analyze the content storytelling strategy used by the local brand HMNS in promoting the "Untitled" perfume collaboration with Maliq & D'Essentials on TikTok. This research explores how HMNS utilizes narrative elements in their content to enhance engagement and build a strong brand identity. The research method employed is a case study with a qualitative approach, involving the analysis of HMNS TikTok video content and in-depth interviews with the marketing teams of HMNS and Maliq & D'Essentials. The results of the study indicate that HMNS successfully creates compelling narratives through the use of local cultural symbols, product uniqueness, and creative collaboration elements. The use of aesthetic visuals, relevant music, and personal stories from both brands are well integrated into their TikTok content. This strategy not only increases brand awareness but also builds an emotional connection with the audience, as evidenced by high levels of interaction and positive responses from their followers. The study concludes that effective storytelling on social media, particularly on TikTok, requires a deep understanding of the audience and creativity in delivering messages. The collaboration between HMNS and Maliq & D'Essentials serves as a successful example of how two brands can collaborate to create added value through strong and authentic narratives.

***Keywords: storytelling, social media, TikTok, local brand, HMNS, Maliq & D'Essentials.***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
<b>BAB II.....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Konsep yang Relevan .....	9
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital .....	9
2.1.2 Media Sosial dan TikTok .....	11
2.1.3 Brand Storytelling .....	12
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	18
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	22
<b>BAB III .....</b>	<b>23</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Desain dan Pendekatan .....	23
3.2 Objek dan Subjek Penelitian .....	24
3.2.2 Subjek.....	25

3.2.2.1 Profil Informan .....	25
3.3 Pengumpulan Data .....	27
3.3.1 Sumber Primer .....	27
3.3.2 Sumber Sekunder.....	28
3.4 Analisis Data .....	28
3.5 Triangulasi Data.....	29
3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu .....	30
<b>BAB IV .....</b>	<b>31</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Konteks Penelitian .....	31
4.2 Penyajian Data .....	32
4.2.3 Content Pillar .....	40
4.2.3.1 Editorial Based.....	40
4.2.3.2 Marketing Based.....	42
4.2.4 Bagaimana <i>Media Lifestyle</i> HMNS dengan Berbagai Media Lokal di Indonesia .....	43
4.3 Pembahasan dan Diskusi .....	44
4.3.2 Peran konten <i>Storytelling</i> sebagai penghantar pesan dan ide utama produk kolaborasi.....	47
4.3.3. Peran elemen karakter dan alur cerita dalam konten <i>Storytelling</i> dalam membentuk tanggapan atau persepsi pada benak <i>audience</i> .....	48
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Simpulan .....	49
5.2 Kendala dan Keterbatasan .....	50
5.3 Saran dan Implikasi .....	50
5.3.2 Saran Praktis.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>54</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Survey tentang Sentimen Positif terhadap Produk dan Brand Lokal .....	1
Gambar 1. 2 Profile TikTok Tenue de Attire (Brand Lokal Fashion Indonesia) .....	2
Gambar 1. 3 Video Promosi Tenue de Attire di TikTok.....	3
Gambar 1. 4 Rizky Arief Dwi Prakoso (Founder HMNS) .....	5
Gambar 1. 5 Feeds Instagram 3 Produk Pertama dari HMNS .....	6
Gambar 1. 6 Profile TikTok HMNS .....	6
Gambar 1. 7 Produk Untitled x HMNS.....	7
Gambar 2. 1 Proses Terbentuknya Dasar dari Storytelling .....	14
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3. 1 Packaging Produk Kolaborasi HMNS dan Maliq & D'Essentials (Parfume Untitled) 24	
Gambar 3. 2 Konten Storytelling Produk Kolaborasi HMNS dan Maliq & D'Essentials (Parfume Untitled) ..	25
Gambar 3. 3 Rizky Dwi Arief Prakoso (Informan Pertama).....	26
Gambar 3. 4 Cietta Hendrodjanoe (Informan Kedua).....	26
Gambar 3. 5 Mia Azhiema (Informan Ketiga).....	27
Gambar 3. 6 Tulus Ciptadi (Triangulator Penelitian) .....	29
Gambar 4. 1 Logo HMNS.....	31
Gambar 4. 2 Produk Kolaborasi HMNS dan Maliq & D'Essentials (Untitled).....	31
Gambar 4. 3 <i>Personel Maliq &amp; D'Essentials Take Over Store HMNS Kota Kasaablanka</i> .....	31

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Sebelumnya ..... 21

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep/Isu ..... 30

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1.....	54
Lampiran 2.....	59
Lampiran 3.....	64
Lampiran 4.....	67
Lampiran 5.....	70