

**ANALISIS VOUCHER DISKON BELANJA PADA LIVE STREAMING  
TIKTOK @CAMILLEBEAUTY\_OFFICIAL TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1  
(S1)**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Saidah Fatimah**

**1201703049**

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

**JAKARTA**

**2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Saida Fatimah

NIM : 1201703049

Judul : ANALISIS VOUCHER DISKON BELANJA PADA LIVE  
STREAMING TIKTOK @CAMILLEBEAUTY\_OFFICIAL  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Tugas Akhir ini merupakan hasil karya pribadi saya, dan semua referensi, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dengan benar.

Jakarta, 1 May 2024



(Saida Fatimah)

## HALAMAN PENGESAHAN

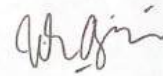
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Saida Fatimah  
NIM : 1201703049  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisis *Voucher* Diskon Belanja Pada *Live Streaming*  
TikTok @Camillebeauty\_official Terhadap Minat Beli Konsumen

Tugas Akhir ini telah sukses dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dr. Fitri Argarini, B. Arts



Pembimbing 2 : Ajenk Ningga Citra S.SOS M.SI



Penguji 1 : Dr. Hany Nurahmawati S.Ikom, M.Ikom



Penguji 2 : Dianingtyas Murtanti Putri M.SI



17-09-2024.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 September 2024

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt, karena atas ridho-Nya saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “ANALISIS VOUCHER DISKON BELANJA PADA LIVE STREAMING TIKTOK @CAMILLEBEAUTY\_OFFICIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN”. Tujuan penyusunan tugas akhir ini merupakan bagian dari persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, tentunya penulis sangat mengapresiasi arahan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua yang telah memberikan bantuan. Beberapa pihak yang terlibat antara lain:

1. Orang tua dan Keluarga

Dengan penuh rasa hormat, terima kasih, dan cinta yang tak terhingga, saya ingin menghadirkan karya sederhana ini sebagai penghormatan kepada orang tua dan keluarga saya. Tanpa doa, dukungan, pengorbanan, dan kasih sayang tulus, saya tidak akan pernah mencapai apa pun dalam hidup ini. Semoga karya ini bisa menjadi sedikit kebahagiaan dan kebanggaan bagi orang tua dan keluarga.

2. Kekasihku

Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada suami tercinta, Fachri Bhanu Riza, yang senantiasa mendampingi dan memberikan dukungan serta motivasi terbaik bagi saya dalam menyelesaikan proses penyusunan tugas akhir ini. Ibu

3. Dr. Fitri Argarini, B. Arts Dan Ajenk Ningga Citra S.SOS M.SI

Tanpa bimbingan, arahan, dan kesabaran Ibu, karya ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik. Terima kasih atas waktu, tenaga, dan ilmu yang telah Ibu berikan kepada saya.

Semoga karya ini bisa menjadi bukti kecil atas perjuangan dan kerja keras saya selama ini. Terima kasih atas semuanya, Ibu adalah inspirasi bagi saya untuk menjadi lebih baik.

4. Bpk Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos.,  
Selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memonitor perkembangan akademik dan selalu memberikan motivasi untuk dapat terus menyelesaikan kuliah hingga akhir.
5. Dosen dan Seluruh Staf Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie  
Saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh dosen dan staf kampus yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan fasilitas dalam menuntut ilmu saya.
6. Teman-Teman  
Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan inspirasi, ide, dan dorongan semangat selama proses penelitian ini. Diskusi dan saran kalian sangat berharga bagi saya.

Semoga karya ini bisa menjadi kebanggaan bagi kita tercinta. Terima kasih atas kesempatan dan pengalaman berharga yang telah saya peroleh selama menempuh pendidikan di kampus ini.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Saida Fatimah  
NIM : 1201703049  
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 Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS VOUCHER DISKON BELANJA PADA LIVE STREAMING  
TIKTOK @CAMILLEBEAUTY\_OFFICIAL TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN”**

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta serta sebagai pemilik Hak Cipta, untuk tujuan akademis. Saya menyatakan hal ini dengan sungguh-sungguh.

Jakarta, 1 May 2024



(Saida Fatimah)

**ANALISIS *VOUCHER* DISKON BELANJA PADA *LIVE STREAMING* TIKTOK @CAMILLEBEAUTY\_OFFICIAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

**SAIDAH FATIMAH - 1201703049**

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penggunaan *voucher* diskon belanja pada *Live streaming* TikTok dapat menarik minat beli konsumen, dengan fokus pada merek *skincare* Camille Beauty. TikTok, sebagai platform media sosial yang semakin populer, menyediakan fitur *Live streaming* yang memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan konsumen. Camille Beauty memanfaatkan fitur ini dengan menawarkan *voucher* diskon selama sesi *Live streaming* untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk mereka. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan konsumen yang sering mengikuti sesi *Live streaming* Camille Beauty dan observasi partisipatif selama sesi berlangsung. Analisis dilakukan menggunakan model AISAS (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) untuk mengidentifikasi proses keputusan konsumen dari tahap awal hingga tindakan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *voucher* diskon yang diberikan selama *Live streaming* dapat menarik perhatian, meningkatkan minat, dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor-faktor seperti *urgensi* waktu, kualitas interaksi dengan *host*, dan strategi promosi yang kreatif melalui *Live streaming* menjadi penting dalam meningkatkan minat beli konsumen. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pemasar mengenai strategi pemasaran yang efektif di era digital, khususnya melalui penggunaan platform TikTok.

**Kata kunci:** model AISAS, *Live streaming*, penelitian kualitatif, *voucher* diskon.

**ANALISIS *VOUCHER* DISKON BELANJA PADA *LIVE*  
*STREAMING* TIKTOK @CAMILLEBEAUTY\_OFFICIAL  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

**SAIDAH FATIMAH - 1201703049**

---

***ABSTRACT***

*This study aims to understand how the use of shopping discount vouchers in TikTok Live streaming sessions can attract consumer buying interest, focusing on the skincare brand Camille Beauty. TikTok, as a rapidly growing social media platform, provides a Live streaming feature that enables direct interaction between sellers and consumers. Camille Beauty utilizes this feature by offering discount vouchers during Live streaming sessions to increase consumer attraction to their products. The study employs a qualitative approach with a case study method. Data were collected through in-depth interviews with consumers who frequently participate in Camille Beauty's Live streaming sessions and through participatory observation during the sessions. The analysis was conducted using the AISAS model (Attention, Interest, Search, Action, Share) to identify the consumer decision-making process from initial stages to purchase action. The results indicate that discount vouchers offered during Live streaming sessions can capture attention, increase interest, and encourage consumers to make purchases. Factors such as time urgency, quality of interaction with the host, and creative promotional strategies through Live streaming are essential elements in enhancing consumer buying interest. This study provides insights for marketers on effective marketing strategies in the digital era, particularly through the use of the TikTok platform.*

***Keywords:*** AISAS model, Live streaming, qualitative research, discount vouchers



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>xiii</b>
1.1 Latar Belakang .....	xiii
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Konsep yang Relevan.....	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	8
2.1.2 Promosi.....	9
2.1.3 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ).....	10
2.1.4 <i>Voucher</i> Diskon Belanja.....	11
2.1.5 <i>Live Streaming</i> .....	13
2.1.6 Aplikasi TikTok .....	14
2.1.7 Minat Beli Konsumen .....	16
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....	18
2.2.1 Penelitian Sebelumnya .....	18
2.2.2 Penelitian Kebaruan .....	23

2.3	Model Kerangka Pemikiran .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>25</b>
3.1	Desain dan Pendekatan.....	25
3.2	Objek dan/ atau Subjek .....	26
3.3	Pengumpulan Data .....	27
3.3.1	Data Primer.....	28
3.3.2	Data Sekunder .....	28
3.4	Analisis Data .....	29
3.5	Triangulasi Data .....	30
3.6	Operasionalisasi Konsep/ Isu .....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>33</b>
4.1	Gambaran Konteks Penelitian.....	33
4.2	Penyajian Data.....	34
4.3	Pembahasan dan Diskusi.....	36
4.3.1	Hasil Wawancara.....	36
4.3.2	Hasil Observasi.....	38
4.3.3	Hasil Analisis Ahli Sosial Media .....	39
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>40</b>
5.1	Simpulan.....	40
5.2	Kendala dan Keterbatasan.....	40
5.3	Saran dan Implikasi.....	41
5.3.1	Saran untuk Penelitiannya .....	41
5.3.2	Saran untuk Lembaga Pendidikan.....	41
5.3.3	Implikasi Penelitian.....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>44</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>46</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Statistik Pengguna Aktif Sosial Media .....	3
<b>Gambar 1.2</b> Logo Aplikasi TikTok .....	3
<b>Gambar 2.1</b> Promosi Coupons TikTok <i>Live Streaming</i> .....	12
<b>Gambar 2.2</b> Promosi Bonus Packs TikTok <i>Live Streaming</i> .....	13
<b>Gambar 2.3</b> Promosi Price Off Deals TikTok <i>Live Streaming</i> .....	13
<b>Gambar 2.4</b> Kerangka Pemikiran .....	24

**DAFTAR TABEL**

<b>Table 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	22
<b>Table 3.2</b> Daftar Informan dalam Penelitian .....	27

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN 1 Transkrip Wawancara – Narasumber 1</b> .....	46
<b>LAMPIRAN 2 Transkrip Wawancara – Narasumber 2</b> .....	48
<b>LAMPIRAN 3 Transkrip Wawancara – Narasumber 3</b> .....	50
<b>LAMPIRAN 4 Transkrip Wawancara – Narasumber 4</b> .....	52
<b>LAMPIRAN 5 Transkrip Wawancara – Narasumber 5</b> .....	54
<b>LAMPIRAN 6 Portofolio Social Media Specialist</b> .....	56