

**STRATEGI PENERAPAN *AFFILIATE MARKETING* DALAM  
MEMPROMOSIKAN PRODUK BOS AUTOMOTIVE DI MEDIA  
SOSIAL TIKTOK**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Ilmu  
Komunikasi Universitas Bakrie, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Novia**

**1211713030**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI & ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2025**

## 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 : Novia

NIM 1211713030

Tanda Tangan :



Tanggal : 7 Februari 2025


## HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Novia  
NIM : 1211713030  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Penerapan *Affiliate Marketing* dalam  
Mempromosikan Produk BOS Automotive di Media Sosial TikTok

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A (  )

Penguji I : Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si. (  )

Penguji II : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. (  )

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 7 Februari 2025

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT. Karena berkat rahmat dan karunianya. Peneliti dapat menyelesaikan penelitian proposal tugas akhir ini dengan judul “Strategi Penerapan *Affiliate Marketing* dalam Mempromosikan Produk BOS Automotive di Media Sosial TikTok” dengan usaha yang dikerahkan semaksimal mungkin. Penyusunan proposal tugas akhir ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan perkuliahan, mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Pengalaman dan pembelajaran baru juga didapatkan selama penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini hingga pada tahap penyusunan laporan proposal tugas akhir ini selesai, di antaranya peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa.** Berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti mampu melaksanakan pembelajaran selama masa perkuliahan dan menyelesaikan pengerjaan tugas akhir ini sampai selesai.
2. **Keluarga.** Dengan dukungan, semangat, dan juga do’a yang diberikan Ibu, Alm Bapak, Kakak dan Adik. Sehingga peneliti mampu menjalani perkuliahan selama ini hingga di tahap pengerjaan dan dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
3. **Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A.** Selaku dosen pembimbing pada tugas akhir ini, yang telah membantu peneliti dalam menyusun laporan, memberikan masukan, arahan dan bimbingan hingga selalu menyemangati penelitian dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. **Ruth Putryani Saragih S.I.kom., M.Si.** Selaku dosen penguji I peneliti pada tugas akhir ini, terima kasih telah membantu dan mengarahkan peneliti semenjak pada seminar proposal skripsi penelitian tugas akhir.
5. **Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom.** Selaku dosen penguji II peneliti pada tugas akhir ini, terima kasih telah memberikan masukan dan

saran kepada peneliti agar dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lebih baik.

6. **Informan BOS Automotive.** Sebagai objek yang peneliti gunakan dalam penelitian kali ini. Tim internal dari BOS Automotive telah membantu peneliti memberikan izin, dan informasi-informasi lebih untuk penelitian ini. Tim eksternal yaitu affiliator BOS Automotive yang telah bersedia memberikan pengalamannya bekerjasama dengan BOS Automotive untuk penelitian ini. Terima kasih untuk selalu meluangkan waktu dan berbaik hati dalam menyampaikan informasi yang sangat membantu dalam proses penelitian ini.
7. **Fahmi Anwar, S.I.Kom., M.I.Kom.** Selaku triangulator yang telah memvalidasi penelitian kali ini, mengenai strategi penerapan *affiliate marketing* dalam mempromosikan produk BOS Automotive di media sosial tiktok. Terima kasih telah meluangkan waktu dan memberikan ilmu baru kepada peneliti.
8. **Seluruh rekan-rekan terdekat peneliti.** Untuk rekan-rekan terdekat peneliti, yaitu Ruri Fahmadini, Anggie Mustika, Lukman Rivai, dan Cindy Wijaya Otto. Terima kasih selalu memberikan semangat dan juga bantuan selama proses penelitian tugas akhir ini. Tidak lupa juga untuk angkatan Kelas Karyawan Ilmu Komunikasi tahun 2021 Universitas Bakrie yang selalu kompak dan solid selama masa perkuliahan dan hingga sampai pada saat penyusunan tugas akhir ini.
9. **Keluarga Universitas Bakrie.** Terima kasih kepada para dosen yang telah memberikan pelajaran dan ilmu berharga yang bermanfaat pada saat ini dan hingga seterusnya. Terima kasih juga kepada staff dan sivitas yang sudah membantu dalam pengurusan administrasi, keuangan, dan segala teknis lainnya selama masa perkuliahan. Sehingga, peneliti dapat sampai pada tahap penyelesaian pengerjaan tugas akhir skripsi ini.
10. **Novia Ridwan.** Terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang, berusaha dan semangat menyelesaikan apa yang telah dimulai, sejak pertama kali perkuliahan hingga saat ini sampai pada pengerjaan tugas akhir. Mengejar

3.5 tahun dalam kondisi menjadi seorang karyawan sekaligus mahasiswa.  
Hebat!

Dari sekian banyak bantuan, bimbingan, dan dukungan dari para individu di atas membuat peneliti merasa sangat bersyukur dan mengucapkan terima kasih banyak.

Jakarta, 17 Februari 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Novia', written in a cursive style.

Penulis,  
Novia  
1211713030

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Novia  
NIM : 1211713030  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

### **“Strategi Penerapan *Affiliate Marketing* dalam Mempromosikan Produk Bos Automotive di Media Sosial TikTok”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), dan merawat tugas akhir saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 7 Februari 2025

Yang Menyatakan



Novia

**“Strategi Penerapan Affiliate Marketing dalam Mempromosikan Produk BOS  
Automotive di Media Sosial TikTok”**

**NOVIA**

---

**ABSTRAK**

Strategi pemasaran telah mengalami perubahan signifikan, terutama dengan munculnya affiliate marketing sebagai metode efektif dalam mempromosikan produk melalui media sosial. Penelitian ini menganalisis strategi penerapan affiliate marketing dalam mempromosikan produk BOS Automotive di TikTok. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana BOS Automotive memanfaatkan program afiliasi untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan efektivitas promosi produk.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan tim internal BOS Automotive serta afiliator yang terlibat dalam strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa BOS Automotive menerapkan *affiliate marketing* melalui pemilihan afiliator yang tepat, optimalisasi fitur TikTok Shop, serta pemanfaatan *live streaming* sebagai sarana interaksi langsung dengan calon konsumen. Selain itu, strategi pemasaran afiliasi juga melibatkan komunitas afiliator yang mendukung efektivitas promosi produk secara lebih luas.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa *affiliate marketing* di TikTok merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan eksposur dan daya tarik produk BOS Automotive. Implikasi dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan lain dalam menerapkan strategi serupa untuk memaksimalkan pemasaran digital.

Kata Kunci: Affiliate Marketing, TikTok, BOS Automotive, Pemasaran Digital, Promosi Produk



**"Strategy for Implementing Affiliate Marketing in Promoting BOS Automotive Products on TikTok Social Media"**

**NOVIA**

---

**ABSTRACT**

Marketing strategies have undergone significant changes, especially with the emergence of affiliate marketing as an effective method for promoting products through social media. This study analyzes the implementation strategy of affiliate marketing in promoting BOS Automotive products on TikTok. The main focus of this research is how BOS Automotive utilizes affiliate programs to expand marketing reach and enhance promotional effectiveness.

This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were collected through interviews with BOS Automotive's internal team and affiliates involved in the marketing strategy. The findings indicate that BOS Automotive implements affiliate marketing by selecting the right affiliates, optimizing TikTok Shop features, and utilizing live streaming as a direct interaction channel with potential customers. Additionally, the affiliate marketing strategy involves an affiliate community that enhances the effectiveness of product promotion on a broader scale.

The conclusion of this study confirms that affiliate marketing on TikTok is an effective strategy for increasing exposure and attractiveness of BOS Automotive products. The implications of this research can serve as a reference for other companies in adopting similar strategies to maximize digital marketing.

Keywords: Affiliate Marketing, TikTok, BOS Automotive, Digital Marketing, Product Promotion

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN UTAMA .....</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>1</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>2</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>3</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>7</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>8</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>9</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>12</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>13</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>14</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>22</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>22</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>22</b>
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	22
1.4.2 Manfaat Praktis .....	22
<b>BAB II.....</b>	<b>23</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>23</b>
<b>2.1 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>.....</b>	<b>23</b>
2.1.1 Definisi <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	23

2.1.2 Konsep Dasar <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC) .....	24
<b>2.2 <i>Affiliate Marketing</i> .....</b>	<b>34</b>
2.2.1 Penerapan <i>Affiliate Marketing</i> .....	36
2.2.2 Strategi <i>Affiliate Marketing</i> .....	38
2.2.3 Manfaat <i>Affiliate Marketing</i> .....	39
<b>2.3 Promosi .....</b>	<b>41</b>
<b>2.4 Media Sosial TikTok.....</b>	<b>42</b>
<b>2.5 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....</b>	<b>43</b>
<b>2.6 Model Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>54</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
<b>3.1 Desain dan pendekatan.....</b>	<b>54</b>
<b>3.2 Objek dan/atau Subjek.....</b>	<b>55</b>
<b>3.3 Pengumpulan Data .....</b>	<b>55</b>
3.3.1 Observasi.....	56
3.3.2 Wawancara.....	56
3.3.3. Dokumentasi .....	58
<b>3.4 Analisis Data.....</b>	<b>59</b>
<b>3.5 Triangulasi Data .....</b>	<b>60</b>
<b>3.6 Operasionalisasi Konsep/Isu .....</b>	<b>61</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>64</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
<b>4.1 Gambaran Umum BOS Automotive .....</b>	<b>64</b>
<b>4.2. Penyajian Data .....</b>	<b>68</b>

4.2.1 Strategi <i>Affiliate Marketing</i> : Pendekatan Internal BOS Automotive .....	68
4.2.2 Penerapan <i>Affiliate Marketing</i> di BOS Automotive .....	72
4.2.3 Promosi Produk BOS Automotive Melalui Affiliator.....	76
<b>4.3 Pembahasan dan Diskusi .....</b>	<b>82</b>
4.3.1 <i>Affiliate Marketing</i> : Strategi Awal BOS Automotive dalam Memasarkan Produk di TikTok.....	83
4.3.2 Strategi Konten dalam Promosi Produk BOS Automotive melalui <i>Affiliate Marketing</i> di TikTok.....	89
<b>BAB V.....</b>	<b>94</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>94</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>94</b>
<b>5.2 Kendala dan Keterbatasan.....</b>	<b>95</b>
<b>5.3 Saran dan Implikasi.....</b>	<b>96</b>
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	96
5.3.2 Saran Untuk Industri .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2 1. Proses Word Of Mouth.....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 2 2. Bauran 4P dan Bauran IMC.....</b>	<b>34</b>
<b>Gambar 2 3. Affiliate Marketing Model.....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar 4 1. Logo BOS Automotive .....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 4 2. Kolaborasi IZY dengan Boss Dikha .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 2 2 Model Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 3 1 Operasionalisasi Konsep/Isu .....</b>	<b>61</b>