

***Strategi Social Media Marketing PT. Domma Teman Setia melalui Platform
Tiktok***

TUGAS AKHIR



Farah Diva Johana
1211003093

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN 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 :Farah Diva Johana

Nim : 1211003093

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Farah Diva Johana', with a large loop at the start and a long horizontal stroke at the end.

Tanggal : 22 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Farah Diva Johana

Nim : 1211003093

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : *Strategi Social Media Marketing PT. Domma Teman Setia melalui Platform Tiktok*

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 : Fadhlanti Sharief, S.IP., M.A.

Penguji 1 : Mirana Hanathasia, S.sos., M. Media Prac., CSRA

Penguji 2 : Dr. Kussusanti, M. Si

Ditetapkan di Jakarta
09 Desember 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Komunikasi pemasaran Digital PT. Domma Teman Setia untuk Meningkatkan Penjualan *Tumbler*” dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT

Puji syukur Alhamdulillah penulis sampaikan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia yang selalu dilimpahkan. Dengan kasih sayang- Nya, penulis diberi kekuatan, kesehatan, kelancaran, kemudahan dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas.

2. Kedua Orang tua

Ucapan terimakasih sebesar-besarnya untuk Ayah dan Bunda yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan yang supportif. Bunda yang selalu berusaha mendengarkan segala keluhan, memberi dukungan yang positif, serta doa yang selalu diberikan.

3. Kakak

Ucapan terimakasih sebesar-besarnya untuk Kakak penulis, yang melakukan segala cara agar penulis mampu menjalani perkuliahan. Bantuannya dalam segi materi, kasih sayang, serta doa yang selalu penulis syukuri.

3. Miss Fadhlanti Sharief S.ip, M.A

Terima kasih sebesar-besarnya kepada Miss Fafa, selaku dosen pembimbing, yang baik hati dengan penuh kesabaran dan ketelitian telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan beliau sangat amat berharga dan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini hingga selesai dengan baik.

4. Miss Venny Monica

Terima kasih untuk Miss Venny selaku dosen Universitas Bakrie yang sudah menyempatkan waktunya untuk dapat diwawancarai sebagai dosen triangulator dalam laporan skripsi ini, segala masukan yang diberikan oleh Miss Venny pada masa penulisan laporan skripsi membuat peneliti lebih kritis lagi dalam menuntaskan laporan skripsi ini.

5. Ibu Mirana Hanastasia

Terima kasih kepada Bu Mirana yang telah menguji saya sewaktu sidang seminar proposal, masukan yang diberikan Bu Mirana membuat penelitian ini lebih dalam dan semakin memperkaya penelitian ini.

6. Para Informan

Penulis juga berterima kasih kepada para informan yang telah meluangkan waktu dan berbagi informasi yang sangat penting untuk penelitian ini. Tanpa partisipasi dan kontribusi mereka, penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar.

7. Sahabat Penulis

Terima kasih kepada saudara dan sahabat terdekat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena telah mendengarkan cerita suka duka penulis selama menyusun skripsi ini. Terima kasih sudah selalu memberi semangat, hiburan, dukungan dan bantuan dalam bentuk apapun. Solidaritas yang mereka beri selalu menjadi sumber inspirasi dan dorongan yang sangat berarti bagi penulis.

8. Partner Penulis

Terimakasih sebesar-besarnya kepada partner penulis yang sudah menjadi support system terbaik, baik secara mental, fisik, maupun segala persiapan mengenai skripsi. Terimakasih selalu mampu menangkan penulis disaat mental penulis sedang jatuh, dan selalu percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi.

9. Diri Sendiri

Terakhir, tentu yang tidak penulis lupakan adalah untuk berterima kasih kepada dirinya sendiri yang selalu mengusahakan target atau pencapaian terbaik dalam hidupnya, selalu konsisten dalam waktu, selalu mendorong dirinya sendiri ketika penulis mulai merasa suntuk, dan memegang teguh komitmen untuk menyelesaikan skripsi hingga selesai.

Terima kasih sudah berusaha menjadi mahasiswa yang aktif, membangun citra yang baik, membangun dan memperluas relasi, selalu berkomitmen untuk menjaga nama baik Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa selama perkuliahan pasti ada rintangan yang harus dilewati, namun selalu penulis jadikan pelajaran dan pengalaman berharga yang akan selalu dikenang, serta semoga masa depan penulis akan selalu jauh lebih baik hari demi hari.

Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis juga menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan berpengaruh positif di masa yang akan datang. Akhir kata, Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi penulis sendiri, pembaca, dan semua pihak yang memerlukan untuk pengembangan ilmu.

Jakarta,



Farah Diva Johana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Farah Diva Johana
NIM : 1211003093
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 Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Social Media Marketing PT. Domma Teman Setia melalui Platform Tiktok

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). 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 dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 22 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Farah Diva Johana

Strategi Social Media Marketing PT. Domma Teman Setia melalui Platform Tiktok

Farah Diva Johana

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi social media marketing yang dilakukan oleh PT. Domma Teman pada platform Tiktok. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dianalisis melalui teknik wawancara. Objek penelitian adalah akun @withdomma yang melakukan strategi-strategi social media marketing dan subjek penelitian adalah anggota divisi Marketing dan followers serta konsumen dari Domma. Untuk mendapatkan data penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran digital, wawancara mendalam dengan pihak terkait yang memahami strategi tersebut, serta dokumentasi yang meliputi berbagai rekaman, laporan, dan konten yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran brand. Penelitian ini memberikan hasil bahwa integrasi strategi social media marketing Domma melalui Tiktok, kolaborasi dengan KOL, pembuatan konten internal, dan live streaming menunjukkan peningkatan minat konsumen, interaksi, serta penjualan produk. Integrasi tersebut menegaskan bahwa teori Gunelius (2011) dan model AIDA relevan digunakan untuk menganalisis praktik komunikasi pemasaran digital pada konteks bisnis modern.

Kata Kunci: *AIDA, Strategi Komunikasi, Social Media*

PT. Domma Teman Setia's Social Media Marketing Strategy via the TikTok Platform

Farah Diva Johana

Abstract

This study aims to determine the social media marketing strategies implemented by PT. Domma Teman on the TikTok platform. This study was conducted using a qualitative approach analyzed through interview techniques. The object of the study was the @withdomma account that implements social media marketing strategies. The research subjects were members of the Marketing division and followers and consumers of Domma. To obtain data, this study used several data collection techniques, namely direct observation of digital marketing activities, in-depth interviews with relevant parties who understand the strategy, and documentation including various recordings, reports, and content related to brand marketing activities. This study provides results that the integration of Domma's social media marketing strategies through TikTok, collaboration with KOLs, internal content creation, and live streaming shows an increase in consumer interest, interaction, and product sales. This integration confirms that Gunelius's theory (2011) and the AIDA model are relevant for analyzing digital marketing communication practices in the modern business context. marketing communication practices in the modern business context.

Keywords: AIDA, Communication Strategy, Social Media

DAFTAR ISI

Isi

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
Abstrak	viii
Abstract.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.4.1. Manfaat Akademis	4
1.4.2. Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1. Konsep yang Relevan	5
2.1.1. Komunikasi Pemasaran	5
2.1.2. Komunikasi Pemasaran Digital	6
2.1.2. <i>Social Media Marketing</i>	7
2.1.3. Media Sosial	9
2.1.3.1. Jenis Media Sosial	9
2.1.5. Tiktok	10
2.1.5.1. Fitur Tiktok.....	11
2.1.6 Key Opinion Leader.....	12
2.1.3. Model AIDA dalam Komunikasi Pemasaran	15
2.1.6. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Pembaruan.....	17
2.2. Model Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Desain dan Pendekatan	27
3.2. Obyek dan Subyek Penelitian	27

3.3.	Pengumpulan Data	28
3.4.	Analisis Data	30
3.5.	Triangulasi Data	31
3.6.	Operasional Konsep	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1.	Gambaran Konteks Penelitian	37
4.1.1.	Profil PT. Domma Teman Setia.....	37
4.1.2	Visi.....	39
4.1.3	Misi	39
4.1.4	Profil Informan.....	40
4.1.5	Profil Triangulator.....	43
4.2	Penyajian Data.....	44
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran	45
4.2.2	<i>Social Media Marketing</i>	47
4.2.2.1	Content Creation.....	47
4.2.2.2	Content Sharing.....	48
4.2.2.3	Connecting	51
4.2.2.4	Community Building	53
4.2.3	Respon Perilaku Konsumen Berdasarkan Teori AIDA.....	54
4.2.3.1	Attention	54
4.2.3.2	Interest	56
4.2.3.3	Desire	57
4.3	Pembahasan dan Diskusi.....	60
4.3.1	Strategi Social Media Marketing (SMM) Domma dalam Menarik Perhatian Audiens	61
4.3.2	Strategi Social Media Marketing (SMM) dalam Membangun Minat dan Keinginan	62
4.3.3	Strategi SMM Domma dalam Mendorong Tindakan Pembelian (Action).....	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Kendala dan Keterbatasan	68
5.3	Saran	68
5.3.1	Saran Untuk PT. Domma Teman Setia.....	68
5.3.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	68

DAFTAR PUSTAKA.....	70
BUKU.....	70
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 PT. Domma Teman Setia	55
Gambar 4.2 Risma Khoirunnisa	54
Gambar 4.3 Fernandho.....	59
Gambar 4.4 Aulia Fadia.....	60
Gambar 4.5 Riana Rosma	61
Gambar 4.6 Adlan Zahrandika.....	61
Gambar 4.7 Venny Monica.....	62
Gambar 4.9 Konten Tiktok @ammorfandy	68
Gambar 4.10 Kolom Komentar @withdomma.....	70
Gambar 4.11 Live Streaming @withdomma	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Konsep	51