



# **STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM PERENCANAAN PENJUALAN MELALUI APLIKASI TIKTOK**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Online Shop @Rich.dept)

**SKRIPSI**

Elfira Agustina

2017041090

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA  
TANGERANG SELATAN  
2023

# **STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM PERENCANAAN PENJUALAN MELALUI APLIKASI TIKTOK**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Online Shop @Rich.dept)

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana  
dalam Bidang Ilmu Komunikasi pada Fakultas Humaniora Dan Bisnis,  
Universitas Pembangunan Jaya

Elfira Agustina

2017041090

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUMANIORA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA  
TANGERANG SELATAN  
2023

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI**

**STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING ONLINE SHOP @RICH.DEPT MELALUI  
APLIKASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

**NAMA : ELFIRA AGUSTINA**  
**NIM : 2017041090**  
**PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Proposal Skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya.

**Tangerang Selatan, 10 Maret 2023**

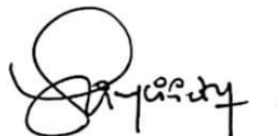
**Menyetujui:**

**Pembimbing 1**



(Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom.)  
NIP 08.0119.002

**Pembimbing 2**



(Suci Marini Novianty, S.IP., M.Si.)  
NIP 08.0818.022

**Kepala Program Studi**



(Naurissa Biasini, M.I.Kom)  
NIP. 08.0118.003

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI APLIKASI TIKTOK

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Online Shop @Rich.dept)

### SKRIPSI

Oleh :

Elfira Agustina  
2017041090

Telah dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana  
Pada Hari/Tanggal : Senin, 5 Juni 2023

	Tanda Tangan	Tanggal
<b>Pembimbing 1:</b> <u>Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom.</u> NIP. 08.0119.002		6/2/2023
<b>Pembimbing 2:</b> <u>Suci Marini Novianty, S.IP., M.Si</u> NIP. 08.0818.022		6/2/23
<b>Dosen Penguji:</b> <u>Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D.</u> NIP. 08.0920.027		6/2/24
<u>Fathiya Nur Rahmi, S.I.Kom., M.I.Kom.</u> NIP. 08.0720.017		06/02/2023.

Mengetahui:

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom

NIP. 08.0118.003

Tanggal : 07/02/24

Dekan Fakultas Humaniora Dan Bisnis



Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D

NIP. 08.0920.027

Tanggal : 07/02/24

**SURAT PERNYATAAN  
MENGENAI ORIGINALITAS SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA  
PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Saya mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Elfira Agustina  
NIM : 2018041090  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa hasil Skripsi saya yang berjudul:

**"STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM PERENCANAAN PENJUALAN  
MELALUI APLIKASI TIKTOK**

(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Online Shop @Rich.dept)"

1. Adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa Skripsi ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan dan atau pencabutan gelar Sarjana yang saya peroleh.
2. Adalah benar karya saya dengan arahan dari Tim pembimbing dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun kepada Perguruan Tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir Skripsi ini. Dengan ini saya melimpahkan Hak Cipta dari Skripsi saya kepada Universitas Pembangunan Jaya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang Selatan, 5 Juni 2023

Peneliti,



Nama : Elfira Agustina  
NIM : 2017041090

## ABSTRACT

### **Social Media Marketing Strategy in Increasing Sales Through the TikTok Application (A Qualitative Descriptive Study on the Online Shop @Rich.dept)**

Elfira Agustina<sup>1)</sup>, Fasya Syifa Muta<sup>1)</sup>, Suci Marini Novianty<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Student of Communication Science Department, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Lecturer of Communication Science Department, Universitas Pembangunan Jaya

*Rich Dept is a local brand from South Jakarta, founded by Muhammad Gilang Ramadhan in 2019. Rich Dept utilizes the social media platform TikTok as a promotional tool to enhance sales. This research aims to understand the Social Media Marketing Strategy of the online shop @rich.dept through the TikTok application in increasing sales. The research adopts a post-positivist paradigm, as it employs a subjective way of thinking. Consequently, the research findings indicate that Rich Dept has clear marketing objectives, focuses on TikTok, creates engaging and entertaining content, conducts data analysis and evaluation, understands follower preferences, conducts research and monitors TikTok trends, and maintains a structured and planned content approach. All of these factors contribute to their marketing objectives and help them establish a strong relationship with their audience on the social media platform. Through a systematic and organized process, they can ensure high-quality and relevant content..*

**Keywords:** Social media, Social Media Marketing Strategy

Libraries : 16

Publication Years : 2013 – 2023

## ABSTRAK

### **Strategi Pemasaran Media Sosial Dalam Perencanaan Penjualan Melalui Aplikasi TikTok**

Elfira Agustina<sup>1)</sup>, Fasya Syifa Mutma<sup>2)</sup>, Suci Marini Novianty<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Jaya

Rich Dept merupakan sebuah local brand dari Jakarta Selatan yang didirikan oleh Muhammad Gilang Ramadhan pada tahun 2019. Rich Dept memanfaatkan media sosial TikTok sebagai platform promosi dan meningkatkan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Social Media Marketing Online Shop @rich.dept Melalui Aplikasi TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan. Penelitian ini menggunakan Paradigma yang digunakan pada penelitian kali ini yaitu post positivism. Alasannya adalah penelitian ini menggunakan cara berpikir yang subjektif. Dengan demikian, hasil penelitian yang dapat diambil adalah Rich Dept memiliki tujuan jelas dalam pemasaran mereka, fokus pada TikTok, menciptakan konten yang menarik dan menghibur, melakukan analisis data dan evaluasi, memahami preferensi pengikut, melakukan riset dan pemantauan tren TikTok, serta memiliki struktur dan perencanaan konten yang teratur. Semua ini membantu mereka mencapai tujuan pemasaran mereka dan membangun hubungan yang kuat dengan audiens mereka di platform media sosial. Dengan proses yang teratur dan terorganisir, mereka dapat memastikan konten yang berkualitas dan relevan.

**Kata kunci:** Strategi Social Media Marketing, Sosial Media

Pustaka : 16

Tahun Publikasi : 2013 – 2023

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-NYA sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi dengan judul: **“STRATEGI PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM PERENCANAAN PENJUALAN MELALUI APLIKASI TIKTOK (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Online Shop @Rich.dept)”** ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora Dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya, Tangerang Selatan.

Skripsi ini dibuat dengan berbagai observasi dan beberapa bantuan dari berbagai pihak untuk membantu menyelesaikan tantangan dan hambatan selama mengerjakan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak Ir. Frans Satyaki Sunito. Selaku Presiden Universitas Pembangunan Jaya
2. Ibu Leenawaty Limantara, Ph.D. Selaku Rektor Universitas Pembangunan Jaya
3. Ibu Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A, Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Humaniora dan Bisnis
4. Ibu Naurissa Biasini, S.Si., M.I.Kom. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi
5. Ibu Fasya Syifa Mutma, S.I.Kom., M.I.Kom Selaku dosen pembimbing pertama yang sudah memberikan waktu dan membantu peneliti agar penelitian tetap berjalan.
6. Ibu Suci Marini Novianty, S.IP., M.Si. Selaku pembimbing kedua skripsi dan juga dosen pembimbing akademik yang telah membimbing sejak perkuliahan, memberikan waktu dan tenaga untuk membantu peneliti agar penelitian tetap berjalan.
7. Kepada Keluarga yang selalu mendoakan, membantu dan menemani saya dari awal hingga akhir masa pendidikan.
8. Adinda, Anya, Vivi, Indra, Agnes, dan Kenan yang telah bersedia mendukung, membantu dan menemani untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
9. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan secara satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sangat bermanfaat dan kami harapkan untuk penyempurnaan skripsi ini.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang Selatan, 5 Juni 2023

Penulis