

**PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT
BELI**

**(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF PADA BLOWBAR
EXPRESS SALON YOGYAKARTA)**

Dosen Pembimbing: Desideria Cempaka Wijaya Murti, S. Sos, M.A, Ph.D.



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

Gabriella Yinoe Ega Wijaya

17 09 06198

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk
Menarik Minat Beli (Studi Deskriptif Kualitatif Blowbar Express Salon
Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

GABRIELLA YINOE EGA WIJAYA

No. Mhs : 17 09 06198 / KOM

disetujui oleh :



Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos, M.A, Ph.D.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Menarik Minat Beli (Studi Deskriptif Kualitatif Blowbar Express Salon Yogyakarta

Penyusun : Gabriella Yinoe Ega Wijaya

NIM 170906198

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa, 28 September 2021

Pukul : 10.00 WIB s.d selesai

Tempat : Zoom Meeting

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka W., S.Sos., MA., Ph.D.

Penguji Utama



Lukas Deni Setiawan, M.A.

Penguji I



Alexander Beny Pramudyanto, M.Si.

Penguji II



.....
Ranggabumi Nuswantoro, MA.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat yang sangat luar biasa sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan baik. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak, maka pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terima kasih setulus hati saya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan berupa semangat maupun yang membantu saya, yaitu:

1. Mama saya tercinta, cece, bobo dan keluarga besar lainnya yang saya cintai yang telah memberikan dukungan sepenuhnya secara moril maupun doa.
2. Partner saya, Thomas Sindu yang telah memberikan dukungan sepenuhnya selama menyusun skripsi dengan memberikan *advice*.
3. Bu Desideria Cempaka Wijaya Murti, sebagai dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan mengarahkan saya dalam proses saya menyusun skripsi.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan. Terima kasih.

Yogyakarta, 13 Juli 2021



Gabriella Yinoe Ega Wijaya

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabriella Yinoe Ega Wijaya
NPM : 170906198
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk Menarik Minat Beli (Studi Deskriptif Kualitatif Blowbar Express Salon Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 13 Juli 2021

Saya yang menyatakan,



Gabriella Yinoe Ega Wijaya

GABRIELLA YINOE EGA WIJAYA

170906198

**Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Untuk
Menarik Minat Beli**

(Studi Deskriptif Kualitatif Blowbar Express Salon Yogyakarta)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan aplikasi Tiktok seperti apa yang digunakan oleh Blowbar Express Salon untuk menarik minat calon pelanggan maupun *viewers* konten. Diharapkan dalam penelitian ini, dapat menjadi kontribusi bagi perkembangan Ilmu Komunikasi terutama mengenai strategi untuk melakukan komunikasi pemasaran dengan menggunakan pemanfaatan fitur-fitur media populer dengan tujuan untuk dapat menarik minat beli.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Penulis menggunakan *interview guide* dengan total 44 butir pertanyaan. Responden pada penelitian ini berjumlah 6 informan yang merupakan pemilik Blowbar *Express* Salon yang lama maupun yang baru, kedua pegawai Blowbar dan dua *viewer* dan *followers* konten Blowbar *Express* Salon dari akun @blowbarsalon. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data serta menarik dan menguji data.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa pemanfaatan fitur dari Tiktok secara signifikan mempengaruhi minat beli *followers*.

Kata Kunci: Pemanfaatan, Tiktok Blowbar Express Salon, Minat Beli

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Akademis	10
2. Manfaat Praktis	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Media Baru.....	11
2. Komunikasi Pemasaran.....	13
3. Media Sosial.....	17
4. Media Sosial Tiktok	18
5. Minat Beli.....	24
F. Metodologi Penelitian	26
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Metode Penelitian.....	27

3. Metode Keabsahan Data	28
4. Objek Penelitian	28
5. Teknik Pengumpulan Data	29
6. Teknik Analisis	30
BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN	32
A. Blowbar <i>Express</i> Salon	32
B. Tiktok Blowbar <i>Express</i> Salon (@blowbarsalon).....	35
C. Narasumber Penelitian	35
BAB III PEMBAHASAN	39
A. Data Hasil Penelitian.....	39
B. Deskripsi Temuan Data.....	40
C. Analisis Data	49
1. Analisis Pemanfaatan Fitur Tiktok	49
2. Analisis Minat Beli	59
BAB IV PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Keterbatasan Peneliti.....	67
C. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	73