

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI BARU OLEH BIGISSIMO.ID DI MASA PANDEMI**



**SKRIPSI**

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

**oleh**

**KATLY NOVITA SIDAURUK**

**16 09 06001**

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

**2021**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Promosi Baru oleh Bigissimo di  
Masa Pandemi

### **SKRIPSI**

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

disusun oleh :

**KATLY NOVITA SIDAURUK**

No. Mhs : 16 09 06001/ KOM

Disetujui oleh :

  
**Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A.**  
Dosen Pembimbing

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

2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Baru oleh Bigisimo.id di Masa Pandemi

Penyusun : Katly Novita Sidauruk  
NPM : 160906001

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 16 Desember 2021

Pukul : 10.00

Tempat : Zoom

### TIM PENGUJI

**Dr.Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si**


Penguji Utama



(.....)

**Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A.**


Penguji I



(.....)

**Ranggabumi Nuswantoro, MA.**

Penguji II



(.....)



(.....)

**Ranggabumi Nuswantoro, MA.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi / Sosiologi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Katly Novita Sidauruk

NPM : 160906001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Promosi oleh Bigissimo di Masa Pandemi

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.

Jambi, 3 November 2021

Saya yang menyatakan,



Katly Novita Sidauruk

## **Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Promosi Baru oleh Bigissimo di Masa Pandemi**

### **ABSTRAK**

Media sosial atau *new media* adalah media yang menawarkan interaktivitas yang memungkinkan setiap pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi yang dapat dikonsumsi. Komputer dan internet merupakan bentuk nyata dari hasil revolusi komunikasi yang paling banyak dibutuhkan oleh masyarakat saat ini . masyarakat dapat mengakses informasi yang dapat berkomunikasi dengan sesamanya melalui media yang terkoneksi dengan jaringan internet. Karena ini masih masa pandemi banyak orang lebih beraktivitas melalui *smartphone* atau alat komunikasi yang digunakan untuk penyampaian pesan.

Pandemi menjadi halangan bagi setiap penjual *online shop*. Terutama Bigissimo perusahaan yang memasarkan pakaian *bigsize* khususnya untuk wanita. Bigissimo melakukan promosi dengan alat yang sangat cepat dalam penyampaian informasi untuk konsumen. Bigissimo juga mengikuti keadaan dimasa pandemi. Karena Media sosial yang banyak digunakan pada masa pandemi yaitu “Tiktok”. Tiktok menjadi media promosi paling banyak dipakai untuk penyampaian pesan secara cepat dalam penyebarannya. Melakukan segala aktivitas hanya bisa dirumah saja, Bigissimo menyesuaikan untuk para konsumen yang hanya bisa bekerja dirumah saja atau secara daring.

Tujuan peneliti melihat bagaimana Bigissimo menggunakan Tiktok menjadi alat pemasaran yang bermanfaat dalam penyebaran informasi. Peneliti juga meneliti pesan yang disampaikan Bigissimo melalui akun Tiktoknya. Pesan tersebut berupa *caption, hastag, music* dan pakaian atau konsep yang digunakan oleh Bigissimo.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara, observasi, dokumentasi. Penelitian juga menggunakan Komunikasi Pemasaran dan dihubungkan dengan Akun Tiktok Bigissimo. Berdasarkan hasil yang diperoleh bahwa Bigissimo menggunakan teknik Bauran Pemasaran dalam melakukan penjualan secara langsung melalui Tiktok Bigissimo. Adanya penetapan harga, Bigisismo menjadikan Tiktok sebagai lokasi yang strategi, Produk yang digunakan sesuai dengan konsep, Bigissimo melakukan promosi dengan penggunaan media sosial

Kata Kunci : *new media*, pandemi, Tiktok, Komunikasi Pemasaran, Bigissimo

## HALAMAN PERSEMBAHAN

“Segala jalan Tuhan adalah kasih setia dan kebenaran bagi orang yang berpegang pada perjanjianNya dan peringatan-peringatanNya”

**Mazmur 25 : 10**

**Persembahan Tugas Akhir dan rasa terima kasih penulis ucapkan untuk:**

- a. Tuhan yang Maha Esa yang selalu memberikan berkat dan pertolongan disetiap jalan kehidupan penulis
- b. Orang tua penulis yang telah membesarkan dan mendidik penulis hingga titik ini.
- c. Kakak dan Abang penulis yang memberikan motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
- d. Rio aditia pardede teman penulis yang memberikan semangat setiap saat.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya sehingga tugas akhir berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Promosi Baru oleh Bigissimo di Masa Pandemi” dapat diselesaikan. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat mencapai derajat Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulisan tugas akhir ini ditentu tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak F.X. Bambang Kusumo Prihandono, S.Sos., MA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Bapak Rangabumi Nuswantoro, MA., selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi UAJY
3. Ibu Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A., selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan tugas akhir.
4. Ibu Dany Aprilia dan Prasina Dewi selaku pemilik Bigissimo yang telah menjadi narasumber dalam penyusunan tugas akhir.

Penulis berharap pada tugas akhir ini dapat berguna bagi pihak lain.

Jambi, 3 November 2021

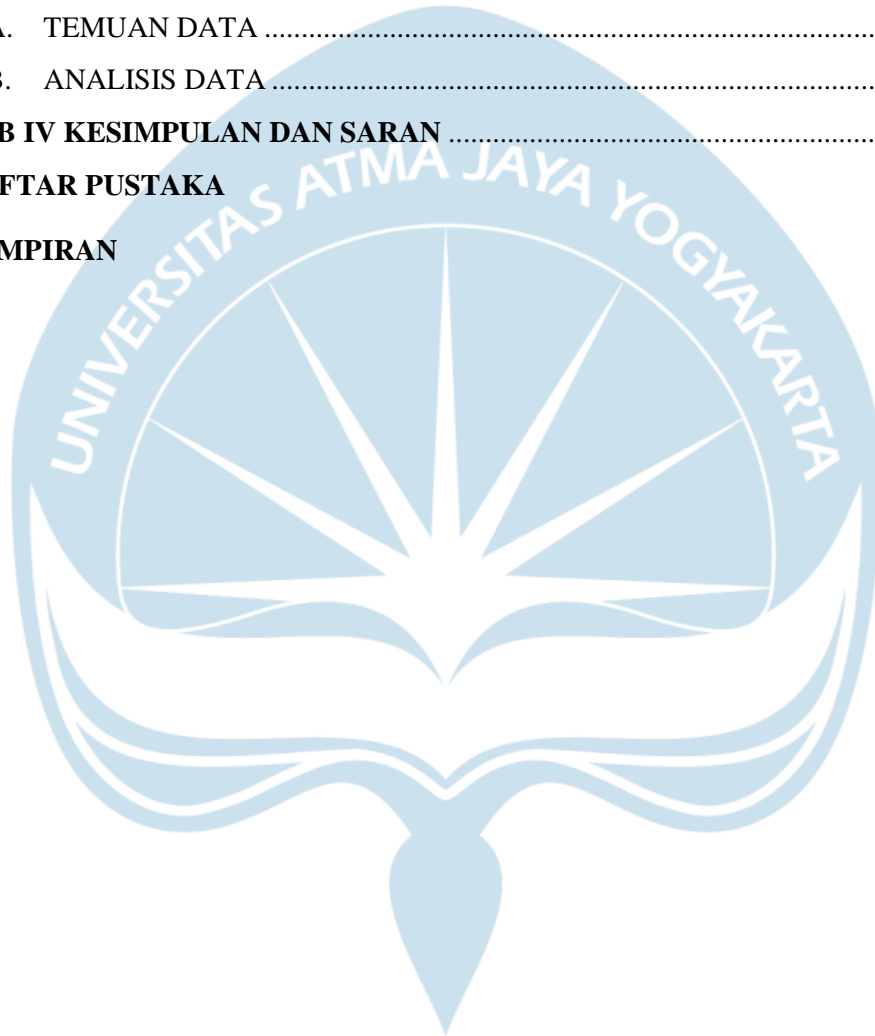
Katly Novita Sidauruk

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
3. Manfaat Bagi Biggissimo.id.....	10
E. Kerangka Teori.....	10
1. Komunikasi Pemasaran.....	12
2. Bauran Pemasaran.....	12
3. Media Sosial.....	17
4. Metodologi Penelitian.....	19
5. Metode Pengumpulan Data.....	20
6. Teknik Analisis Data.....	21
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
A. Sejarah Bigissimo.id.....	23
B. Deskripsi Tiktok Bigissimo.....	25



C. Konten Pada Tiktok Bigissimo.....	26
D. Produksi .....	30
E. Visi dan visi Bigissimo.id.....	34
F. Struktur Bigissimo.id.....	35
<b>BAB III TEMUAN DAN ANALISI DATA .....</b>	<b>36</b>
A. TEMUAN DATA .....	36
B. ANALISIS DATA .....	46
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Hasil Viewers Tiktok Bigissimo.....	25
Table 1.2 Postingan pada Bigissimo Tiktok.....	25
Table 1.3 Komentar netizen atau peminat baju Tiktok Bigissimo.....	25



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Komentar pada Tiktok Bigissimo.....	5
Gambar 2.1 Kantor Bagian depan Bigissimo.....	24
Gambar 2.2 Kantor Bagian Dalam Bigissimo.....	24
Gambar 2.3 <i>BIGISSIMO ADERYN KOREAN TUNIC</i> .....	27
Gambar 2.4 Bigissimo Abby Dress Bigsize.....	28
Gambar 2.5 Sabelia Top Blouse atasan Bigsize.....	28
Gambar 2.6 Camilla Dress Jumbo.....	29
Gambar 3.1 Bigissimo memberikan outfit kepada Nurul Akmal.....	39
Gambar 3.2 Hastag pada Tiktok Bigissimo.....	42
Gambar 3.3 Komentar pada akun Tiktok Bigissimo.....	43
Gambar 3.4 BIGIFT Pouch.....	54
Gambar 3.5 Gratis Ongkir Bigissimo.....	55
Gambar 3.6 Hadiah Bigissimo Dompot Panjang.....	56
Gambar 3.7 Cara mendapatkan <i>Cashback</i> dari member.....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Deskriptif Variabel Penelitian

Lampiran 2. Foto pada COO Bigissimo

Lampiran 3. Ruangan kerja atas Bigissimo

Lampiran 4. Izin wawancara terhadap Narasumber Bigissimo

