

STRATEGI DIGITAL MARKETING BRAND KRN.BGT DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK

(Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Tiktok @krn.bgt)



SKRIPSI

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

Oleh:

WIDYA CANTIKA ROESTANTO PUTRI

170906276 / KOM

PRGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI DIGITAL MARKETING BRAND KRN.BGT DALAM MEDIA
SOSIAL TIKTOK**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Tiktok @krn.bgt)

SKRIPSI

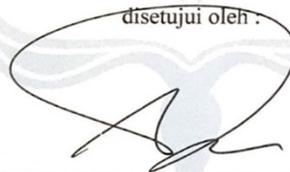
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

Widya Cantika Roestanto Putri

170906276

disetujui oleh :



Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos, MA., Dr.Phil.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi *Digital Marketing* Brand KRN.BGT Dalam Media Sosial
TikTok (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun TikTok @krn.bgt)

Penyusun : Widya Cantika Roestantoputri

NPM : 170906276

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 4 Januari 2024

Pukul : 10.00

Tempat : Ruang Ujian Pendadaran III

TIM PENGUJI

Dr.Phil. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

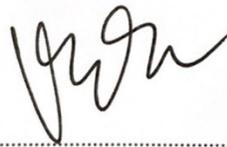
Penguji Utama

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos., MA., Ph.D

Penguji I

A. Beny Pramudyanto, M.Si.

Penguji II



Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., MA

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Widya Cantika Roestanto Putri
NPM : 170906276
Program Studi : ~~Sosiologi/S1 Ilmu Komunikasi/S2 Ilmu Komunikasi *~~
Judul Karya Tulis : STRATEGI DIGITAL MARKETING BRAND KRN.BGT
DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK
(Studi Deskriptif Kualitatif pada akun TikTok @krn.bgt)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 28 November 2023
Saya yang menyatakan



Widya Cantika Roestanto Putri

KATA PENGANTAR

Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat-Nya yang melimpah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Strategi *Digital Marketing* Brand KRN.BGT Dalam Media Sosial TikTok (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun TikTok @krn.bgt) ini sesuai dengan syarat-syarat yang ditentukan. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Atas kesempatan yang diberikan, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selali melindungi, membimbing, dan memberikan berkat serta mukjizat-Nya, dan juga menyertai peneliti dalam proses hingga berhasilnya menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orangtuaku Papa yang sudah berbahagia di Surga Petrus Roestanto, Mama Katarina Dwi Lestari, Kakakku Wina Kurnia Roestanto Putri dan Kakak Iparku Ayogi Brotokusumo yang telah mendukung serta memberikan doa, restu, cinta, ajaran sehingga peneliti bisa berhasil menyelesaikan tanggung jawab dan janji untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Bambang Dr.Phil. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA selaku Dosen Pembimbing Utama, atas *insight* dan diskusi yang membina peneliti serta membantu dalam Menyusun naskah. Terima kasih telah menjadi pembimbing

yang sabar dan restu yang telah diberikan sehingga peneliti bisa berhasil menyelesaikan skripsi ini.

4. Tim KRN.BGT yang sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian pada TikTok @krn.bgt.
5. Tempat kerjaku, Abyakta Tama Komunikasi khususnya Kak Kevin dan Kak Maysha terimakasih atas dukungan, semangat, kesempatan, serta pengertiannya kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini yang dilakukan bersamaan dengan waktu bekerja yang harus dijalani.
6. Arif, yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan juga pengertian ketika peneliti mulai ingin menyerah dengan seluruh tantangan dan kendala yang terjadi selama mengerjakan skripsi.
7. Sahabatku Anna yang selalu mendukung, mendengarkan keluh kesah dan ikut repot ketika peneliti mengurus pengumpulan dokumen untuk menyelesaikan skripsi.
8. Teman kecilku Gemma dan Trysha yang selalu menanyakan “Kapan skripsi selesai?” terimakasih ya, karena doa dan dukungan dari kalian peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. *Special Thanks to* Linda yang selalu membantu dan menyemangati aku untuk menyelesaikan skripsi. Walaupun sedikit kasar tapi aku tetep *Love you!*

10. Teman-teman kantorku Nada, Kak Cicit, Kak Nami, Kak Nasri, Masger, Finda, dan semuanya yang selalu mendukung. Terima kasih atas waktu yang pernah kalian berikan membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu pada kesempatan ini, Widya mengucapkan terima kasih dan semoga dimanapun kalian berada selalu diberkahi dan dilindungi oleh Tuhan Yang Maha Esa.
12. Terakhir, terima kasih kepada diriku sendiri Widya Cantika Roestanto Putri yang mampu bertahan, bertanggung jawab dan pada akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan amanat yang sudah diberikan oleh Papa yang saat ini sudah berbahagia di Surga.

Peneliti telah berusaha dengan sebaik mungkin dalam penyusunan naskah skripsi ini, namun tetap disadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam naskah ini. Peneliti menerima dengan terbuka atas kritik dan saran yang membangun. Harapannya adalah laporan penelitian skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 20 Februari 2024

Widya Cantika Roestantoputri

WIDYA CANTIKA ROESTANTO PUTRI

No. Mhs : 6276 / KOM

**STRATEGI DIGITAL MARKETING BRAND KRN.BGT DALAM MEDIA
SOSIAL TIKTOK**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada akun Tiktok @krn.bgt)

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk membahas tentang strategi digital marketing *brand* KRN.BGT dalam media sosial TikTok. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah ruang lingkup dunia pemasaran. Sehingga banyak terjadi perubahan dari metode komunikasi pemasaran yang selama ini tradisional berpindah ke pemasaran dalam bentuk digital. Salah satu dari adanya perkembangan ini adalah TikTok yang juga digunakan sebagai media pemasaran secara digital yang bisa digunakan oleh perusahaan sebagai alat *digital marketing*.

Penelitian ini berjudul “Strategi Digital Marketing Brand KRN.BGT Dalam Media Sosial TikTok (Studi Deskriptif Kualitatif pada akun TikTok @krn.bgt). T untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh merek KRN.BGT melalui media sosial TikTok. Adapun metode yang dilakukan adalah kualitatif dengan melakukan pengumpulan data wawancara dan analisis konten. Penelitian ini menemukan bahwa strategi *digital marketing brand* KRN.BGT di TikTok melibatkan langkah-langkah seperti segmentasi pasar, target pasar, produksi konten terstruktur, kolaborasi tim media sosial, dan pemanfaatan fitur-fitur TikTok.

Kendala implementasi strategi *digital marketing* Brand KRN.BGT di TikTok antara lain adalah kompetitor yang memiliki akun lebih lama, kompetitor dengan *followers* dan *views* lebih besar, *views* yang sedikit pada akun TikTok KRN.BGT, keberadaan media sosial lain sebagai saluran pemasaran, dan penghapusan Fitur TikTok Shop.

Kata Kunci : Strategi Digital Marketing, TikTok, KRN.BGT, dan fitur.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
<u>ABSTRAKSI</u>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Akademis	7
2. Manfaat Praktis	7
E. Kerangka Teori	8
1. Definisi Strategi Pemasaran	8
2. Tujuan Pemasaran	9
3. Bauran Pemasaran	9
4. Jenis Strategi pemasaran	11
5. Fungsi Strategi Pemasaran	12
6. Tujuan Strategi pemasaran	13
F. Kerangka Konsep	14
1. Definisi Teori Pemasaran Digital	14
2. Metode <i>Digital Marketing</i>	16
3. Perbedaan <i>Digital Marketing</i> dan <i>Traditional Marketing</i>	20
4. Fungsi <i>Digital Marketing</i>	21
5. Media Pemasaran Digital	23

6. <i>Social Media Marketing</i>	26
7. Media Baru (<i>New Media</i>)	31
8. Media Sosial	32
9. Jenis-jenis Media Sosial	34
10. Strategi Berbisnis dalam Media Sosial	35
11. Media Sosial : TikTok	37
G. Metodologi Penelitian	39
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
2. Fokus Penelitian	39
3. Desain Penelitian	40
4. Sumber Data	40
5. Teknik Pengumpulan Data	42
6. Uji Keabsahan Data	43
7. Teknik Analisis Data	45
BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN	47
A. Tentang KRN.BGT	47
B. Logo, Visi dan Misi KRN.BGT	49
C. Struktur Organisasi KRN.BGT	50
D. Produk yang ditawarkan oleh KRN.BGT	51
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Hasil Penelitian	52
1. Data Informan	52
2. Temuan data Mengenai Strategi <i>Digital Marketing</i> yang dilakukan KRN.BGT	53
3. Temuan Data Mengenai Strategi <i>Digital Marketing</i> KRN.BGT Melalui Aplikasi TikTok	55
B. Pembahasan	78
1. Strategi <i>Digital Marketing Brand</i> KRN.BGT yang Dilakukan pada Media Sosial TikTok	78
2. Kendala yang dihadapi <i>Brand</i> KRN.BGT dalam Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> Melalui Media Sosial TikTok	90

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan <i>Digital Marketing</i> dan <i>Traditional Marketing</i>	21
Tabel 2.1 Produk KRN.BGT	51
Tabel 3.1. Data Informan	52
Tabel 3.2 Jenis Produk Masker yang dijual KRN.BGT	59
Tabel 3.3. Jenis Produk Topi atau <i>Bucket Hat</i> yang dijual oleh KRN.BGT	61
Tabel 3.4. Jenis Produk <i>Cardigan</i> yang dijual oleh KRN.BGT	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara Informan I	101
Lampiran 2. Pedoman Wawancara Informan II	102
Lampiran 3. Verbatim Wawancara	103
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara Bersama Informan	110