

**PERAN KONTEN KREATIF DI TIKTOK DALAM
MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN TERHADAP
PRODUK INDIBIZ**

Tugas Akhir

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana Sistem Informasi



Albertus Yan Rayen Mulyadi Putra

NPM: 201710879

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

Peran Konten Kreatif di TikTok dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen
Produk Indibiz

Yogyakarta, Tanggal Bulan Tahun

Albertus Yan Rayen Mulyadi Putra
201710879

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II (**Jika Ada**)

Prof.Ir .A.Djoko Budiyanto SHR.,
M.Eng.,Ph.D.
NPP

Putri Nastiti, S.Kom.,M.Eng.
NPP

Penguji I

Penguji II

Nama Penguji I
NPP

Nama Penguji II
NPP

Mengetahui,
Kepala Program Studi Sistem Informasi

Julius Galih Prima Negara S.Kom.,M.Kom.
NPP

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

PERAN KONTEN KREATIF DI TIK TOK DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN TERHADAP
PRODUK INDIBIS

yang disusun oleh

Albertus Yan Rayen Mulyadi Putra

201710879

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 09 Juli 2024

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Prof. Ir. A. Djoko Budiyanto SHR., M.Eng., Ph.D.	Telah Menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Putri Nastiti, S.Kom., M.Eng.	Telah Menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Prof. Ir. A. Djoko Budiyanto SHR., M.Eng., Ph.D.	Telah Menyetujui
Penguji 2	: Dr. Fl. Spty Rahayu, S.T., M.Kom.	Telah Menyetujui
Penguji 3	: Julius Galih Prima Negara, S.Kom., S.A.P., M.Kom.	Telah Menyetujui

Yogyakarta, 09 Juli 2024

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Teknologi Industri

Dekan

ttd.

Dr. Ir. Parama Kartika Dewa SP., S.T., M.T.

Dokumen ini merupakan dokumen resmi UAJY yang tidak memerlukan tanda tangan karena dihasilkan secara elektronik oleh Sistem Bimbingan UAJY. UAJY bertanggung jawab penuh atas informasi yang tertera di dalam dokumen ini

LEMBAR PENYATAAN

Orisinalitas & Publikasi Ilmiah

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Albertus Yan RayenMulyadi Putra
NPM : 201710879
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Teknik Industri
Judul Penelitian : Peran Konten Kreatif di TikTok dalam
Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Produk Indibiz

Menyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak merupakan salinan sebagian atau keseluruhan dari karya orang lain.
2. Memberikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, mendistribusikan, serta menampilkan untuk kepentingan akademis, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.
3. Bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum yang mengikuti atas pelanggaran Hak Cipta dalam pembuatan Skripsi ini.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 14 Maret 2024
Yang menyatakan,



Albertus Yan Rayen Mulyadi Putra
201710879

LEMBAR PENYATAAN

Persetujuan dari Instansi Asal Penelitian
(Jika penelitian membutuhkan akses data organisasi eksternal)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap Pembimbing : Teguh Triyono
Jabatan : Kepala Telkom Wilayah Yogyakarta
Departemen : Jaringan

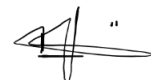
Menyatakan dengan ini:

Nama Lengkap : Albertus Yan Rayen Mulyadi Putra
NPM : 201710879
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Teknik Industri
Judul Penelitian : Peran Konten Kreatif di TikTok dalam
Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Produk Indibiz

1. Penelitian telah selesai dilaksanakan pada perusahaan, dan telah diaplikasikan pada sistem terkait.
2. Perusahaan telah melakukan sidang internal berupa kelayakan penelitian ini dan akan mencantumkan lembar penilaian secara tertutup kepada pihak universitas sebagai bagian dari nilai akhir mahasiswa.
3. Memberikan kepada perusahaan berupa Hak Bebas Royalti non eksklusif (*Non-Exclusive-Royalty-Free Right*) atas Penelitian ini, dan berhak menyimpan, mengelola dalam pangkalan data, tanpa perlu meminta izin selama tetap mencantumkan nama penulis.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 17 Maret 2024
Yang menyatakan,



Teguh Triyono
Kepala Telkom

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Karena dalam setiap berkat nya,penulis mampu mengerjakan penelitian Tugas Akhir yang berjudul “Peran Konten Kreatif di TikTok dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Produk Indibiz”hingga selesai .Selama Proses pengerjaan tugas akhir ini terdapat banyak tantangan dan kendala yang dialami oleh penulis.Namun Berkat pertolongan dari Tuhan Yesus dan berbagai pihak yang turut membantu serta memberi semangat kepada penulis,seluruh kendala tersebut kini telah terlewati .Karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing,menolong,dan menyemti penulis dalam pengerjaan tugas akhir ini.

1. Tuhan Yesus Kristus Yang Selalu Memberikan Berkat-Nya dan membimbing serta selalu menyertai penulis dalam segala Kondisi
2. Ibu dan Kedua saudara perempuan saya yang senantiasa dan mendiakan penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik .
3. Bapak Prof. Ir. A. Djoko Budiyanto, M.Eng., Ph,selaku Dosen Pembimbing yang membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Ibu Putri Nastiti,S.kom,M.Eng.,selaku Dosen Pembimbing yang memberikan arahan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak Emanuel Ristian Hnadoyo,S.T.,M.Eng.,selaku Dosen yang memberikan arahan dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
6. Seluruh dosen serta staf di Universitas Atma Jaya Yogyakarta Terima Kasih banyak untuk ilmu dan wawasannya yang telah diajarkan kepada penulis selama ini.
7. Teman-teman terdekat yang selalu menemani, memberikan dukungan dan juga semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini
8. Teman-teman seperjuangan di Sistem Informasi angkatan 2024 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas waktu kebersamaan, solidaritas,dan juga kebahagiaan yang selama ini terjalin di Komunitas Sistem Informasi
9. Karyawan Telkom Di Bagian Devisi Marketing Digital Yang Telah bersedia meluangkan waktunya untuk saya Interview yang guna untuk memperoleh data dalam penelitian yang saya lakukan,serta semua pihak yang terlibat dalam proses pengerjaan tugas akhir ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis tentunya membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk penelitian selanjutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan membantu semua pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, 14 Maret 2024

Penulis,

rayen

Albertus Yan Rayen
Mulyadi Putra.

ABSTRAK

TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan generasi muda, dengan jutaan pengguna aktif yang terlibat setiap hari. Di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri Indibiz, penting untuk memahami bagaimana konten kreatif di TikTok dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Indibiz. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peran konten kreatif di TikTok dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Indibiz. Melalui tinjauan literatur dan analisis data, penelitian ini menemukan bahwa konten kreatif yang menghibur, informatif, dan autentik dapat secara signifikan memengaruhi persepsi dan minat konsumen terhadap produk Indibiz. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi perusahaan Indibiz dalam merancang strategi pemasaran yang efektif di platform TikTok untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kesadaran merek.

Kata Kunci : TikTok, konten Kreatif, Produk indbis, pemasaran digital

ABSTRACT

TikTok has become one of the most popular social media platforms among the younger generation, with millions of active users engaging every day. In the midst of increasingly fierce competition in the Indibiz industry, it is important to understand how creative content on TikTok can increase consumer attraction towards Indibiz products. This research aims to evaluate the role of creative content on TikTok in increasing consumer attraction to Indibiz products. Through a literature review and data analysis, this research found that entertaining, informative and authentic creative content can significantly influence consumers' perceptions and interest in Indibiz products. These findings provide important insights for independent companies in designing effective marketing strategies on the TikTok platform to expand market share and increase brand awareness.

Keywords: TikTok, creative content, industrial products, digital marketing

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENYATAAN	iii
Orisinalitas & Publikasi Ilmiah	iv
LEMBAR PENYATAAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
BAB I PENDAHULUAN	xiv
1.1 Latar Belakang.....	xiv
1.2 Perumusan Masalah	xvi
1.3 Pertanyaan Penelitian	xvi
1.4 Tujuan Penelitian.....	xvi
1.5 Manfaat Penelitian.....	xvii
1.6 Bagan Keterkaitan	xviii
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Studi Sebelumnya	19
2.2 Dasar Teori	27
2.2.1 Peran Konten Kreatif.....	27
2.2.2 Pengaruh Konten Kreatif Terhadap Pemasaran Digital terhadap Produk Indibiz	27
2.2.3 Pemasaran Produk Indibiz	28
2.2.4 Nvivo	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Tahapan Penelitian	31
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.4 Sample dan Populasi	32
3.5 Metode Pemerolehan Data.....	32
3.5.1 Metode Interview	32
3.6 Hasil dan data Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Berdasarkan Hasil Dari Interview.....	35
4.2 Hasil Data Analisis yang diolah dengan Nvivo 12	42
Tabel Hasil Coding Nvivo12 1.....	44
Sumber : Hasil Olah Data Nvivo 12	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	29
Gambar 1 Interview Kepala Digital.....	40
Gambar 2 Interview marketing Telkom.....	40
Gambar 3 Interview marketing Telkom.....	41
Gambar 4 Interview marketing Telkom.....	41
Gambar 5 Interview marketing Telkom.....	42

DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Studi Sebelumnya.....	22
4.2.1.1 Tabel Hasil Coding Nvivo12.....	31