

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dalam hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran TikTok Shop *Toko_loli* dalam mempromosikan produk kepada konsumen, dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Strategi komunikasi pemasaran berperan penting dalam pelaksanaan promosi bagi sebuah bisnis, dikarenakan selalu ada perubahan tren yang terjadi pada publik. Oleh sebab itu komunikasi pemasaran dituntut agar dapat fleksibel dan selalu aktual dengan tren yang ada agar promosi yang disusun dapat sesuai sasaran pasar yang ada.
2. Strategi komunikasi yang digunakan *Toko_loli* dalam mempromosikan produknya sudah sesuai dengan kaidah komunikasi pemasaran yang ada. Strategi yang dilakukan adalah melakukan promosi dengan beriklan, penggunaan *influencer* untuk mempromosikan produknya, pemberian gratis ongkir, pemberian potongan harga atau diskon pada produk, dan melakukan *live* di aplikasi TikTok.
3. Pembuatan konten promosi juga telah sesuai dengan tahapan yang ada, mulai dari tahapan *context*, *communication*, *collaboration*, dan *connection*. Hal ini dapat dilihat dari jumlah *like* dan komen yang diberikan oleh para konsumennya

5.2 Saran

Pada hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis, maka penulis memberikan saran yang ingin disampaikan kepada pihak yang bersangkutan, antara lain:

1. Bagi para pelaku bisnis terutama *Toko_lolii* agar dapat melakukan riset kembali mengenai publik yang ada, agar dapat terus berkembang dan berinovasi dalam melakukan promosi guna meningkatkan penjualan produk di *Toko_lolii*.
2. *Toko_lolii* diharapkan dapat memanfaatkan fitur promosi secara maksimal yang diberikan oleh TikTok Shop dalam menunjang penjualan produknya, agar dapat terus bersaing dengan para kompetitornya dan tetap eksis.
3. Bagi para pelaku bisnis lainnya, diharapkan dapat memanfaatkan fitur promosi yang telah disediakan dalam media baru untuk mempromosikan *brand* lebih luas lagi dan dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adi, Saputro. 2010. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Alo, Liliweri. (2005). *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung : Citra Aditya Bakti
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York
- Baack, Donald dan Kenneth E. Clow. 2016. *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication. Edisi ke 7*. United States: Pearson Education.
- Basuki, Sulistyono. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra
- Bossio, D. (2017). *Journalism and Social Media: An Introduction*. Australia
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Denzin & Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Douglas W. Foster. 1981. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Effendy. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Andi Offset, Yogyakarta
- Fill, Chris. 2009. *Marketing Communication: Interactivity, Communities, and Content, 5th Edition*. England: Pearson Edition
- Hauer, C. 2010. Dalam B. Solis, Engage: *The Complete Guide for Brands and Business to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Ishwara, Luwi. 2011. *Jurnalisme Dasar*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management, 14th Edition*. United States of America : Pearson
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Gary Armstrong. 2016. *Jilid 1, Edisi 9. Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Krasniak, M., Zimmerman, J., & Ng, D. (2021). *Social Media Marketing: ALL-INONE*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Kriyantono, Rachmat. 2020. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Lister, Martin, dkk. 2009. *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge

- Luik, Jandi. (2020). *Media Baru Sebuah Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail Buku 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miller, Katerine, (2005), *Communication Theries, Perspectives, Process and Context, 2 nd (ed), McGraw-Hill, International edition*
- Moleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nurudin, M.Si. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Soemanagara. 2012. *Strategic Marketing Communication*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administratif*. Bandung: Alfabeta
- Sanjaya, Ridwan dan Tarigan Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Ulber, Silalahi. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Yin, Robert K. 2014. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Rajawali Pers.

Skripsi

- Alimu, & Ahmad Tamzil. (2019). *Implementasi Marketing Communication Pada Kegiatan Branding “The Heart Of East Java” Pariwisata Kabupaten Malang (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Malang)*
- Wibowo, Tony, dan Yudi. 2021. “Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam.”
- Chairina Debika Amalia. 2020. Pengaruh Content Marketing di Instagram Stories @LCHEESEFACTORY Terhadap Minat Beli Konsumen, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Riau

Jurnal

- Dian Sarastuti. Strategi Komunikasi Pemasaran *Online* Busana Muslim Queenova: Universitas Mercu Buana
- Dwiyanti, S. A. I., & Fitri, A. I. (2021). Efektivitas Media Tiktok Dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca Dipandemi Covid19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis. (EK&BI)*, 4(1), 345-353
- Hidayat, Dedy N. 2003. Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. Jakarta: Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- Prabowo Sri Hayuningrat. Media Literacy Khalayak : Universitas Indonesia
- Maryanto. T & Rakhim. A. S. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan di Kampung Keramik Dinoyo Kota

Malang: Universitas Tribhuwana Tungadewi
Anang, S. C. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di
Indonesia : Universitas Tulungagung
Suherman Kusniadji. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran
Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di
Semarang): Universitas Taruma Negara

Website

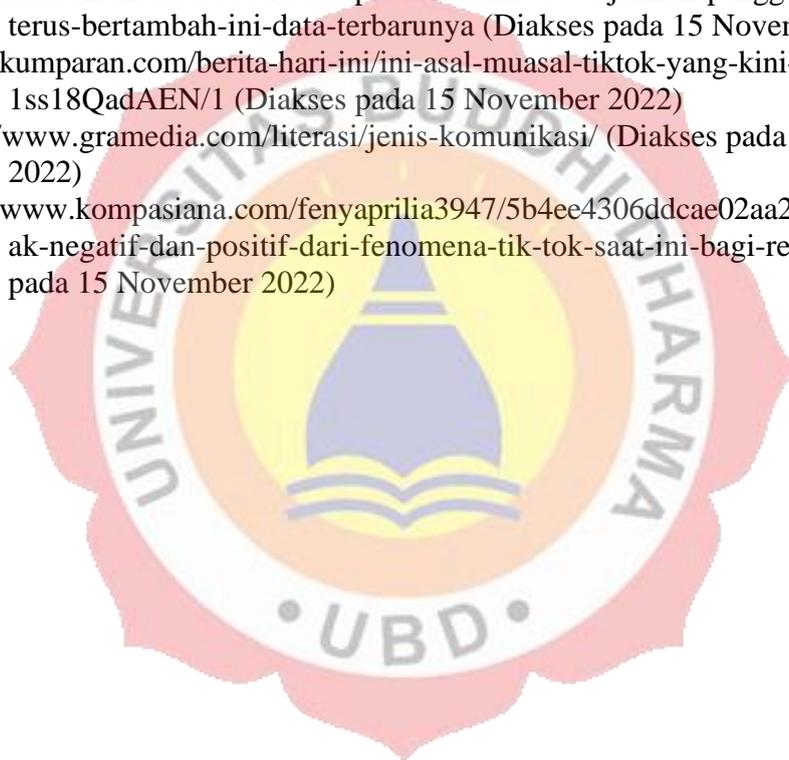
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022> (Diakses pada 15 November 2022)

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/06/jumlah-pengguna-tiktok-terus-bertambah-ini-data-terbarunya> (Diakses pada 15 November 2022)

<https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN/1> (Diakses pada 15 November 2022)

<https://www.gramedia.com/literasi/jenis-komunikasi/> (Diakses pada 15 November 2022)

<https://www.kompasiana.com/fenyaprilia3947/5b4ee4306ddcae02aa20ad58/dampak-negatif-dan-positif-dari-fenomena-tik-tok-saat-ini-bagi-remaja> (Diakses pada 15 November 2022)



LAMPIRAN



Gambar Gudang *Toko_lolii*



Gambar Gudang *Toko_lolii*



Gambar Tim Komunikasi Pemasaran *Toko_lolii*

Transkrip Hasil Wawancara



Hasil Transkrip wawancara pada narasumber utama (Pemilik *Toko_lolii*)

Nama : Steven

Jabatan : Pemilik *Toko_lolii*

Tanggal : 3 Desember 2022, pukul 19.00

Proses: Via Offline (Wawancara secara tatap muka)

1. Penulis : Sudah Berapa lama anda menggunakan TikTok Shop dalam bertransaksi?
Narasumber : Udah lama kalo gue pake TikTok Shop, kurang lebih udah 1-2 tahun gue pake TikTok Shop buat ngejual produk gue
2. Penulis : Produk apa saja yang anda tawarkan di TikTok Shop?
Narasumber : Produk yang gue tawarin macem macem ya, gue jual celengan target, terus buku TTS, ada juga jual poster edukasi anak anak
3. Penulis : Apakah anda melakukan promosi dalam menawarkan produk kepada konsumen?
Narasumber : Pastinya pake kalo promosi, kalo ga gimana orang orang tau produk gue

Advertising

4. Penulis : Apakah anda menggunakan iklan dalam mempromosikan produk anda kepada konsumen?

Narasumber : kalo iklan kita memang pake, cuma gue budgetin. Kalo iklannya sendiri di TikTok beda sama di marketplace, TikTok itu iklannya lebih ke video konten kita, supaya video kita bisa masuk fyp mereka yah kita harus pake iklan, kan jadinya nambah view di video gue

5. Penulis : Promosi apa yang anda gunakan selain menggunakan iklan?

Narasumber : promosi lainnya yang gue lakuin ada juga, gue pake influencer di TikTok, kaya afiliasi sih jatuhnya, gue open untuk afiliasi buat promosiin produk gue di akunnya dia, biar dia yang buat konten. Untuk pembayarannya, biasanya gue pake bagi hasil, jadi kalo kejual baru mereka dapet hasilnya juga. Sama gue lakuin promosi kek buat konten dari sound atau filter yang lagi trend aja

Sales Promotion

6. Penulis : Promosi apa lagi yang anda lakukan dalam menarik minat konsumen, seperti potongan harga atau ada lainnya? (Sales Promotion)

Narasumber : gue sih pasti bakalan kasih potongan dari awal, karena gue mau semua orang bisa beli produk gue dengan harga yang terjangkau, abis itu gue juga kasih voucher biar calon pembeli gue mempertimbangkan lagi produk yang mau dibelinya, kan banyak diskon, masa masih ga mau kan

Public Relations

7. Penulis : Apa yang anda lakukan dalam menjaga hubungan dengan para konsumen?

Narasumber : menjaga hubungan kalo gue kebanyakan di after salesnya, karena bisa jadi pembeda dengan toko lainnya juga yang biasanya kan kalo udah beli yaudah, mereka ngak peduli, kalo gue maunya misal itu kesalahan

gue yah gue retur, mentok mentok gue follow up kalo yang sebelumnya nanya – nanya doang, biar kemungkinan dia mau belinya lebih tinggi.

Context

8. Penulis : Dalam pembuatan konten promosi, apa hal pertama yang anda lakukan?

Narasumber : Yang pertama idenya dulu nih mau kaya gimana konsepnya, kita mesti lihat lagi trend sekarang tuh lagi apa sih, entah lagu yang trend kaya lagu dangdut atau lagi remix gitu kan, terus filter-filter yang menurut gue biasa aja tapi emang lagi trend, itu juga gue gunain, hastagnya kira-kira mau pake apa aja, pilihan produk yang mau di promosiin, sama konsep tempatnya mau kaya gimana aja...

Communication

9. Penulis : Bagaimana anda menyampaikan pesan yang efektif kepada konsumen?

Narasumber : isi captionnya lebih banyak kita taro di videonya, karena ada fitur masukan text di videonya, jadi ga perlu banyak tulis caption dibawah, karena pasti banyak orang TikTok yang males baca caption, mereka lebih fokus sama videonya palingan. Paling penting tulisannya tuh sesuai sama yang pengen kita sampein aja. Jadi dibuat lebih ringkas tapi bisa ngerti, sama biar ngak ngebosenin

Collaboration

10. Penulis : Apakah *Toko_lolii* mendapatkan respon positif dari konsumen?

Narasumber : Respon dari konsumen cukup positif ya, banyak juga yang like konten yang gue buat sebelumnya, terus rating yang dikasih konsumen oke aja sih, paling ada aja yang kasih jelek itu juga karena kan mereka yang ga ngerti apa yang mereka beli

11. Penulis : Bagaimana anda menjaga konsumen agar dapat tetap membeli di *Toko_lolii*? (Connection)

Narasumber : Untuk respon admin gue, pasti harus cepet lah, kalo ga pembeli bisa kabur yang ada, bisa – bisa ketoko yang lainnya, terus admin juga

gue tuntutan untuk tetap ramah sama pembeli biar kata ada aja pembeli yang rese, nanya mulu hal yang aneh dan ga jelas. Kalo komen gue haruskan buat selalu dijawab dan direspon, kalo pun itu komenan ga jelas, tetap harus bales, biar kelihatan ramah kan.

Hasil Transkrip wawancara pada narasumber utama (Pemilik *Toko_lolii*)

Nama : Irvan

Jabatan : Pemilik *Toko_lolii*

Tanggal : 10 Desember 2022, pukul 18.00

Proses: Via Offline (Wawancara secara tatap muka)

1. Penulis : Sudah Berapa lama anda menggunakan TikTok Shop dalam bertransaksi?

Narasumber : Pake TikTok Shop belum lama banget, ada kali mau 2 tahun pakenya

2. Penulis : Produk apa saja yang anda tawarkan di TikTok Shop?

Narasumber : Yang gue jual ada poster edukasi, terus celengan target tuh yang utama, ada juga buku TTS gitu palingan

3. Penulis : Apakah anda melakukan promosi dalam menawarkan produk kepada konsumen?

Narasumber : Kalo itu pasti pake ga sih, soalnya kan kalo ga gimana mau nawarin ke konsumen.

Advertising

4. Penulis : Apakah anda menggunakan iklan dalam mempromosikan produk anda kepada konsumen?

Narasumber : Iklan pasti pake lah, itu supaya video kita masuk fyp mereka, kalo lu sering liat nih, biasa videonya dibawahnya ada tulisan sponsored, nah itu biasanya itu iklan berbayarnya. Nah iklannya kek gitu

5. Penulis : Promosi apa yang anda gunakan selain menggunakan iklan?

Narasumber : Ada yang lainnya juga, gue promosi pake konten yang gue buat dari sound atau filter yang lagi naik naiknya, sama gue pake afiliator yang

ada di TikTok, kalo gue biasanya gue pilihin afiliator yang cocok sama gue juga open buat afiliator yang mau coba promosiin produk gue di akunnya dia, nah itu sistemnya pembagian hasil sama mereka, hitungannya persenan ke mereka

Sales Promotion

6. Penulis : Promosi apa lagi yang anda lakukan dalam menarik minat konsumen, seperti potongan harga atau ada lainnya? (Sales Promotion)

Narasumber : Promosi yang selama ini gue lakuin salah satunya itu diskon sama voucher kalo beli produk yang dijual, biar produknya keliatan murahan, tapi kalo soal kualitas ga murahan lah. Masih bisa bersaing kalo soal kualitas mah

Public Relations

7. Penulis : Apa yang anda lakukan dalam menjaga hubungan dengan para konsumen?

Narasumber : Yang gue lakuin selama ini ya kaya follow up customer gue, kalo ada komplek gue bantu untuk pergantian produk kalo emang itu salah gue, kalo bukan salah gue, kaya barang rusak atau faktor eksternal, palingan gue Cuma bantu follow up ke pihak TikTok sama ekspedisi gimana barangnya bisa sampe rusak, biasanya gue bantu customernya buat claim garansinya, terus kadang gue pilih random pembeli untuk gue tanya tentang produk gue, kaya sekiranya ada yang kurang ya jadi masukan buat gue aja, lebih ke after salesnya aja.

Context

8. Penulis : Dalam pembuatan konten promosi, apa hal pertama yang anda lakukan?

Narasumber : Pertama pasti idenya dulu, terus ide penulisan captionnya biar lebih singkat dan padat aja, karena di video juga bisa kita tulisin tentang deskripsi produknya, terus buat konsep video yang menarik biar orang ga bosen nontonnya, untuk caption lebih fokus untuk hastag yang bantu untuk videonya naik aja

Communication

9. Penulis : Bagaimana anda menyampaikan pesan yang efektif kepada konsumen?

Narasumber : Kita susun caption sesuai yang kita mau, tapi harus ada hubungan sama video yang kita buat, biar penonton ga bingung yang mau kita jual apa sih, sama beberapa kata udah kita masukin ke video biar ga terlalu banyak kata di caption biar orang ga perlu buka buka caption lagi

Collaboration

10. Penulis : Apakah *Toko_lolii* mendapatkan respon positif dari konsumen?

Narasumber : Harus bagus dong responnya, cukup banyak kok yang like konten kita, terus komenannya juga oke, banyak juga yang nanya tentang produk kita di kolom komentar, sama penilaian tentang toko kita juga oke kok

11. Penulis : Bagaimana anda menjaga konsumen agar dapat tetap membeli di *Toko_lolii*? (Connection)

Narasumber : Admin pasti gue minta tolong buat selalu fast respon ke customer, karena makin cepet jawabnya makin tinggi juga kemungkinan buat customer beli barang kita, sama gue minta tolong untuk selalu ramah biar kadang ada aja customernya nyebelin, gue juga paham kalo itu, mau gimana lagi, Cuma kan kita penjual jadi harus sabar-sabar aja

Hasil Transkrip wawancara pada narasumber (Konsumen *Toko_lolii*)

Nama : Shandy

Jabatan : Konsumen *Toko_lolii*

Tanggal : 12 Desember 2022. Pukul 19.07

Proses: Via Online (Wawancara melalui *whatsapp*)

1. Penulis : Apakah anda menggunakan sosial media TikTok?

Narasumber : Cukup sering sih pake TikTok, tiap hari pasti buka TikTok selalu.

2. Penulis : Apakah pernah menggunakan TikTok Shop untuk membeli suatu barang yang anda inginkan?
Narasumber : Pernah beberapa kali pake TikTok Shop buat belanja” sesekali
3. Penulis : Menurut anda, bagaimana pengalaman anda berbelanja di TikTok Shop?
Narasumber : nyaman sih, banyak diskonnya sama gratis ongkir yang dikasih TikTok buat kita pembeli
4. Penulis : Seberapa Sering anda berbelanja di TikTok Shop?
Narasumber : Lumayan sering, tiap minggu ada aja yang dibeli, karena suka laper mata aja
5. Penulis : Apa yang menjadi bahan pertimbangan anda dalam berbelanja di TikTok Shop?
Narasumber : Kebutuhan saya sih, kadang kalo barang kebutuhan lebih murah beli TikTok ya beli di TikTok, kadang juga ada aja laper matanya jadi iseng beli barangnya, apa lagi kalo lagi viral
6. Penulis : Bagaimana pandangan anda terhadap cara setiap seller mempromosikan produknya?
Narasumber : variatif ya untuk promosinya, walaupun cuma konten tapi bagi saya buat konten kan susah gak hal yang gampang.
7. Penulis : Apa yang membuat anda tertarik dalam menentukan toko mana yang akan anda pilih?
Narasumber : Lebih ke ulasan sama barang yang ada videonya, kalo videonya bagus kan kadang saya jadi kepengen aja beli, apa lagi kalo lagi viral” nya banget.

Context

8. Penulis : Apakah anda tahu tentang *Toko_lolii* di TikTok Shop?
Narasumber : Ya saya tau, karena kebetulan juga saya pernah belanja di *Toko_lolii*
9. Penulis : Bagaimana anda tahu tentang *Toko_lolii* di TikTok Shop?

Narasumber : kebetulan saat saya lagi nonton video TikTok, saya melihat iklan dan video dari *Toko_lolii*, jadi saya coba iseng liat barang apa aja yang dijual, ternyata ada jual celengan target, jadi saya beli aja.

10. Penulis : Apa kesan pertama anda saat melihat salah satu promosi yang dilakukan *Toko_lolii*?

Narasumber : menarik sih videonya, apalagi saya sampe bisa beli tuh celengan target, padahal tadinya gamau, malah jadi beli wkwkwkwk

Communication

11. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai promosi yang dilakukan *Toko_lolii*?

Narasumber : promosi yang dilakukan *Toko_lolii* kalo menurut saya gampang saya tangkep isi videonya, karena saya sebenarnya orang yang kurang perhatiin caption video ya, karena tulisan captionnya suka ngalangi sih videonya, jadi saya males, jadi saya lebih fokus sama.

12. Penulis : Seberapa sering anda melihat promosi yang dilakukan *Toko_lolii* pada TikTok anda?

Narasumber : lumayan sering muncul barang dagangan toko lolii, kadang videonya juga muncul di fyp saya.

Collaboration

13. Penulis : Apakah anda pernah memberikan like, komen atau share akun TikTok *Toko_lolii*

Narasumber : lebih seringnya share sama like doang sih, kaya share ke temen yang nanya celengan saya beli dimana, saya share aja, ga lama malah beli juga dia.

Connection

14. Penulis : Apa yang menjadi daya tarik *Toko_lolii*?

Narasumber : promosinya banyak, sellernya ramah, fast respon, dan harganya murah murah.

15. Penulis : Kenapa anda lebih memilih berbelanja di *Toko_lolii*?

Narasumber : dari cara menjawab pertanyaan” saat live tiktok kak, dan juga aftersalesnya oke jika ada kendala.

16. Penulis : Apa yang menjadi pembeda *Toko_lolii* dengan toko lainnya dalam melakukan promosi?

Narasumber : pelayanannya jadi pembeda kalo menurut saya, sama kontennya cukup menarik, tapi lebih ke pelayanan, karna admin di toko lolii doang bisa sabar sama saya.

17. Penulis : Seberapa sering anda berbelanja di *Toko_lolii*?

Narasumber : sebulan tiga kali ada beli barang di toko lolii sih, tapi kan kuantitinya kamu tau berapa wkwkwkwk

Hasil Transkrip wawancara pada narasumber (Konsumen *Toko_lolii*)

Nama : Nathanael

Jabatan : Konsumen *Toko_lolii*

Tanggal : 13 Desember 2022, pukul 19.25

Proses: Via Online (Wawancara melalui *whatsapp*)

1. Penulis : Apakah anda menggunakan sosial media TikTok?

Narasumber : setiap hari saya pasti buka TikTok di hp

2. Penulis : Apakah pernah menggunakan TikTok Shop untuk membeli suatu barang yang anda inginkan?

Narasumber : Pernah beli barang di TikTok

3. Penulis : Menurut anda, bagaimana pengalaman anda berbelanja di TikTok Shop?

Narasumber : enak sih digunain, ga ribet mesti ini itu lah, udah gitu dia kan gabung sama sosmednya, jadinya maen TikTok sambil liat belanjaan.

4. Penulis : Seberapa Sering anda berbelanja di TikTok Shop?

Narasumber : sering banget, apalagi kan TikTok Shop masih baru, jadinya banyak diskonnya itu

5. Penulis : Apa yang menjadi bahan pertimbangan anda dalam berbelanja di TikTok Shop?

Narasumber : kalo saya pengen ya saya beli, tapi ngak semuanya lah, beberapa barang yang masih kebeli aja pasti saya beli kalo saya butuh atau pengen gitu

6. Penulis : Bagaimana pandangan anda terhadap cara setiap seller mempromosikan produknya?

Narasumber : macem macem banget, ada yang buat kontennya lucu, ada juga yang aneh, kadang yang paling saya benci kalo ada seller yang videonya asal comot dari luar, jadinya kan barangnya ngak sama kaya di video.

7. Penulis : Apa yang membuat anda tertarik dalam menentukan toko mana yang akan anda pilih?

Narasumber : liat komennya sama penilaian produknya

Context

8. Penulis : Apakah anda tahu tentang *Toko_lolii* di TikTok Shop?

Narasumber : tau kalo itu, saya juga pernah belanja disana.

9. Penulis : Bagaimana anda tahu tentang *Toko_lolii* di TikTok Shop?

Narasumber : dari konten toko lolii yang fyp kak

10. Penulis : Apa kesan pertama anda saat melihat salah satu promosi yang dilakukan *Toko_lolii*?

Narasumber : sudah cukup baik, karna menawarkan produknya dengan penuh keyakinan sehingga kita sebagai customer tertarik untuk membeli produk itu tersebut

Communication

11. Penulis : Bagaimana tanggapan anda mengenai promosi yang dilakukan *Toko_lolii*?

Narasumber : oke sih, Sebenarnya sih gampang apa yang mau disampein sama mereka, karna di videonya juga udah ada tulisannya, jadi saya ga perlu ribet lagi harus baca caption, karna tulisan captionnya aja putih, terus kadang kalo gambar videonya putih, yang ada tulisannya ga keliatan, jadinya kan ribet, terus videonya simpel sih ga kebanyakan ini itu.

12. Penulis : Seberapa sering anda melihat promosi yang dilakukan *Toko_lolii* pada TikTok anda?

Narasumber : pas awal2 sering banget liat kontennya di fyp saya, sampe saya bingung, apa saya sering banget kali liatin akunnya.

Collaboration

13. Penulis : Apakah anda pernah memberikan like, komen atau share akun TikTok *Toko_lolii*

Narasumber : Pernah sih like sama share, karena kan kebetulan ada temen juga yang nyari celengan target, jadi saya share aja ketemen saya. Ternyata bukan dia doang yang beli, tapi dia juga share ketemen yang lainnya. Sama saya juga pernah komen untuk nanya-nanya tentang produknya

Connection

14. Penulis : Apa yang menjadi daya tarik *Toko_lolii*?

Narasumber : kontennya menarik, semua dijelasin di videonya langsung. Jadi ga ribet bukain caption gitu.

15. Penulis : Kenapa anda lebih memilih berbelanja di *Toko_lolii*?

Narasumber : design celengan targetnya lebih lucu, terus juga ukurannya macem2, sama barang yang dijual itu sama kaya barang yang di tampilin di videonya

16. Penulis : Apa yang menjadi pembeda *Toko_lolii* dengan toko lainnya dalam melakukan promosi?

Narasumber : responnya baik dan cepat kak, terus desainnya juga boleh request sesuka kita jadi beda dari toko lain

17. Penulis : Seberapa sering anda berbelanja di *Toko_lolii*?

Narasumber : sebulan kurang lebih sekali dua kali belanja disana.

SIMILARITY CEK (TURNITIN)



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang

021 5517853 / 021 5586822 | admin@buddhidharma.ac.id

February 09, 2023

Editor Explanation:

Dear **ANDREAN TANIZAR**,
Thank you for your trust in our services.

Based on the text assessment on the submitted paper below:

Student ID : 20180400041
Faculty : Sosial dan Humaniora/Ilmu Komunikasi
Title : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @TOKO_LOLII DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK PADA KONSUMEN MELALUI TIKTOK SHOP
Type : Thesis

Turnitin suggests the similarity among your article with the articles in application are listed below:

Word Count : 10068
Character Count : 0
Similarity Index : **17**
Internet Source : 16
Publication : 5
Student Paper : 9
Exclude quotes : Off
Exclude bibliography : On
Exclude matches : 10 words

This report provides results of literature similarity assessment, if the result show unusually high percentage of similarity according to our institution's standard your supervisor(s) or ethic committe may re-examine your literature.

Thank your for your attention and cooperation.

Sincerely,
Riki, M.Kom
UBD-Training Center

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Andrean Tanizar

Tempat/Tanggal Lahir : Bekasi, 11 Oktober 1993

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Buddha

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Jl. Pinus 1 Blok E No 616, Poris Indah Tangerang

No. Tlp : 081285028503

IPK : 3.53

Riwayat Pendidikan : SD Taman Harapan Indah
SMP Merpati
SMK Mutiara Bangsa 1





UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang
021 5517853 / 021 5586822 | admin@buddhidharma.ac.id

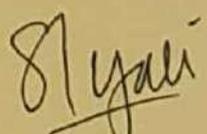
KARTU BIMBINGAN TA/SKRIPSI

NIM : 20180400041
Nama Mahasiswa : ANDREAN TANIZAR
Fakultas : Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata Satu
Tahun Akademik/Semester : 2022/2023 Ganjil
Dosen Pembimbing : Suryadi Wardiana, M.I.Kom
Judul Skripsi : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @TOKO_LOLII DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK PADA KONSUMEN MELALUI TIKTOK SHOP

Tanggal	Catatan	Paraf
2022-08-26	PENENTUAN JUDUL	ls
2022-09-01	ACC JUDUL	ls
2022-09-08	PENGAJUAN BAB 1	ls
2022-09-22	REVISI BAB 1	ls
2022-10-06	ACC BAB 1 DAN PENGAJUAN BAB 2	ls
2022-10-20	REVISI BAB 2	ls
2022-11-17	ACC BAB 2 DAN PENGAJUAN BAB 3	ls
2022-11-24	REVISI BAB 3	ls
2022-12-08	ACC BAB 3 DAN PENGAJUAN DAFTAR PERTANYAAN	ls
2022-12-18	PENYERAHAN HASIL WAWANCARA DAN PENGAJUAN BAB 4	ls
2022-12-29	REVISI BAB 4 DAN PENYERAHAN HASIL WAWANCARA TAMBAHAN	ls
2023-01-15	ACC BAB 4 DAN PENGAJUAN BAB 5	ls
2023-01-21	ACC BAB 5 DAN LANJUT DAFTAR ISI, DAFTAR GAMBAR, ABSTRAK, DAFTAR PUSTAKA, LAMPIRAN, DLL	ls
2023-02-27	ACC FINAL DAN LANJUT SIDANG	ls

Mengetahui
Ketua Program Studi

FAKULTAS
SOSIAL DAN HUMANIORA
Galuh Kusuma Hapsari, M.I.Kom.

Tangerang, 14 March 2023
Pembimbing

Suryadi Wardiana, M.I.Kom