

**Strategi Komunikasi Pemasaran TOMORO Coffee Melalui Media
Sosial TikTok**

Maulia Ashari

1702520051



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Terapan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI TERAPAN PEMASARAN DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***TOMORO Coffee's Marketing Communication Strategy Through
TikTok Social Media.***

Maulia Ashari

1702520051



***Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa***

DIGITAL MARKETING APPLIED UNDERGRADUATE PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D. NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP 197206171999031001 (Ketua)		6 Agustus 2024
2	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP 199308272020122024 (Penguji 1)		6 Agustus 2024
3	Dra. Sholikhah, M.M NIP 196206231990032001 (Penguji)		6 Agustus 2024
4	Agung Kresnamurti Rivai P, ST., MM. NIP.197404162006041001 (Pembimbing 1)		6 Agustus 2024
5	Meta Bara Berutu, SE., MM NIP.199409222022032012 (Pembimbing 2)		6 Agustus 2024
Nama : Maulia Ashari No. Registrasi : 1702520051 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 30 Juli 2024			

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 7 Agustus 2024
Yang Membuat Pernyataan



Maulia Ashari

SURAT PERSETUJUAN SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN

SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Kresnamurti Rivai P, ST., MM.
NIP/NIDK : 197404162006041001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Meta Bara Berutu, SE., MM.
NIP/NIDK : 199409222022032012
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Maulia Ashari
No. Registrasi : 1702520051
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Judul Proposal Penelitian : Strategi Komunikasi Pemasaran TOMORO Coffee Melalui Media Sosial TikTok

untuk mengikuti Seminar Proposal Penelitian.

Jakarta, Juni 2024

Dosen Pembimbing I

Agung Kresnamurti Rivai P, ST., MM.
NIP/NIDK. 197404162006041001

Dosen Pembimbing II

Meta Bara Berutu, SE., MM.
NIP/NIDK. 199409222022032012

Mengetahui,
Koord. Program Studi D4
Pemasaran Digital

Andi Muhammad Sadat, SE.,
M.Si., Ph.D
NIP. 197412212008121001

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Kresnamurti Rivai P, ST., MM.
NIP/NIDK : 197404162006041001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Meta Bara Berutu, SE., MM.
NIP/NIDK : 199409222022032012
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Maulia Ashari
No. Registrasi : 1702520051
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran TOMORO Coffee Melalui Media Sosial TikTok

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, Juli 2024

Dosen Pembimbing I

Agung Kresnamurti Rivai P, ST., MM.
197404162006041001

Dosen Pembimbing II

Meta Bara Berutu, SE., MM.
199409222022032012

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pemasaran Digital

Andi Muhammad Sadat, S.E., M.M., Ph.D
NIP.197412212008121001

1. Formulir Harus Diketik
2. Tanda tangan harus asli

ABSTRAK

Maulia Ashari, 2023: Strategi Komunikasi Pemasaran TOMORO Coffee Melalui Media Sosial TikTok. Skripsi, Jakarta: Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M dan Meta Bara Berutu, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran TOMORO Coffee melalui media sosial TikTok. TOMORO Coffee adalah sebuah brand kopi lokal yang ingin meningkatkan visibilitas dan penjualannya melalui platform TikTok. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pengguna TikTok yang mengikuti akun resmi TOMORO Coffee @tomorocoffee.id. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TOMORO Coffee dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran melalui TikTok berhasil menciptakan awareness dan desire pada konsumen berdasarkan model AIDA. Akan tetapi, untuk meningkatkan konversi menjadi penjualan, perlu ada upaya lebih lanjut untuk interest dan action yang lebih dalam.

Kata kunci: Model AIDA, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, TikTok.



ABSTRACT

Maulia Ashari, 2023: TOMORO Coffee's Marketing Communication Strategy Through TikTok Social Media. Thesis, Jakarta: Bachelor of Applied Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Supervisory team: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M and Meta Bara Berutu, SE., MM.

This study aims to analyze TOMORO Coffee's marketing communication strategy through TikTok social media. TOMORO Coffee is a local coffee brand that wants to increase its visibility and sales through the TikTok platform. The research method used is qualitative research with a case study approach. Data collection is carried out through observation, interviews, and documentation. The subject of the study is a TikTok user who follows the official account of TOMORO Coffee @tomorocoffee.id. The results of the study show that TOMORO Coffee in implementing a marketing communication strategy through TikTok has succeeded in creating awareness and desire in consumers based on the AIDA model. However, to increase conversions into sales, there needs to be more effort for deeper interest and action.

Keywords: AIDA Model, Marketing Communication, Social Media, TikTok.



LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran TOMORO Coffee Melalui Media Sosial TikTok.” Skripsi ini ditulis dalam rangka memnuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan saran dari berbagai pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada lembar persembahan ini penulis berterima kasih kepada:

1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M. dan Meta Bara Berutu, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang membantu memberikan saran, bimbingan dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
4. Dosen – dosen Program Studi Terapan Pemasaran Digital yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Kedua orang tua saya (Imam Zainal & Yunita) atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Terima kasih atas semua waktu, materi, doa yang tidak pernah kurang dan segalanya diusahakan yang terbaik hingga

penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.

Semoga ayah dan mama sehat, panjang umur dan bahagia selalu.

6. Kepada Farhan Nurathallah yang telah kebersamai penulis pada hari-hari yang tidak mudah selama proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan dan semangat serta menjadi tempat untuk berkeluh kesah.
7. Sahabat kampus Valley, Amalia, Aisyah, Millah, Dhevyta, Renata, dan Silna yang telah memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi ini
8. Teman – teman kelas A D4 Pemasaran Digital Angkatan 2020 dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, dukungan, serta kritik dan saran kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
9. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan di kemudian hari. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membacanya.