

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi. Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas dan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dibidang penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarisme atau mencontek karya tulis orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar ke sarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 20 Mei 2023



**Diki Wahyudi**  
NIM. 191510112

## ABSTRAK

Nama : Diki Wahyudi NIM : 191510112 Judul Skripsi : **“Tik Tok Sebagai Media Strategi Komunikasi Pemasaran ’Studi Pada akun Gozeal”** Dalam Memasarkan Produk di Media Sosial Tik Tok Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hassanuddin Banten Tahun 2023 M 1445 H.

Setiap perusahaan pasti punya yang namanya strategi komunikasi pemasaran dalam mencapai tujuan Menjalin komunikasi yang baik kepada khalayak agar dapat memberikan informasi dan timbal balik yang baik. Salah satunya pada perusahaan brand Gozeal dimana seiring perkembangan zaman sudah banyak media massa yang lebih canggih dan efektif dalam memberikan informasi yang dibutuhkan, mempromosikan barang atau jasa. Tinggal bagaimana perusahaan Brand Gozeal tersebut terutama tim bagian pemasaran menyusun strategi komunikasi pemasarannya agar tidak kalah saing dengan Brand-brand lainnya. Oleh karena itu perusahaan Brand Gozeal membutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang baik agar bisa mempertahankan serta meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana menentukan *segmenting* pada Brand Gozeal? 2) Bagaimana *targeting* penjualan pada Brand Gozeal? 3) Bagaimana untuk mengetahui *positioning* pada Brand Gozeal?

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui *segmenting* pada Brand Gozeal? 2) Untuk mengetahui *targeting* pada Brand Gozeal? 3) Untuk mengetahui *positioning* pada Brand Gozeal? Metode penelitian yang digunakan metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif kualitatif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari objek penelitian yang diamati.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 2 orang (1 Owner) (1 Admin) dan 5 orang (followers Gozeal). Berdasarkan hasil penelitian yang saya peroleh: *Segmentasi* yang menguasai pasar prodak Gozeal mayoritas anak muda yang desain nya kekinian. *Positioning* Gozeal memasarkan produknya melalui media sosial Tik Tok dengan cara siaran langsung (*Live Streaming*) di media Tik Tok nya. *Targeting* dalam tahapan ini Gozeal akan mengidentifikasi peluang dalam segmentasi pasar, dan mengevaluasi beragam segmen tersebut untuk dapat memutuskan segmentasi mana yang menjadi pasar sasarannya.

**Kata kunci : Media Sosial, Pemasaran, Tik Tok.**

## ABSTRACT

*Name: Diki Wahyudi NIM: 191510112 Thesis title: "Tik Tok as a Marketing Communication Strategy Media 'Study on the Gozeal account' in Marketing Products on Tik Tok Social Media Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah, Sultan Maulana Hassanuddin State Islamic University, Banten, Year 2023 M 1445 H.*

*Every company must have a marketing communication strategy to achieve the goal of establishing good communication with the public in order to provide good information and feedback. One of them is the Gozeal brand company, where as time goes by, many mass media have become more sophisticated and effective in providing the information needed, promoting goods or services. It's just a matter of how the Gozeal Brand company, especially the marketing team, develops its marketing communications strategy so that it is not less competitive with other brands. Therefore, the Gozeal Brand company needs a good marketing communication strategy in order to maintain and increase its sales.*

*Based on the background above, the problem formulation in this research is: 1) How to determine segmenting for the Gozeal Brand? 2) How is sales targeting for the Gozeal Brand? 3) How to find out the positioning of the Gozeal Brand? The objectives of this research are: 1) To find out segmenting of the Gozeal Brand? 2) To find out the targeting of the Gozeal Brand? 3) To find out the positioning of the Gozeal Brand?*

*The research method used is a qualitative method which produces qualitative descriptive data, in the form of written or spoken words from the research objects observed. The data collection techniques used were observation, documentation and interviews. The number of respondents in this research was 2 people (1 Owner) and (1 Admin). Based on the research results that I obtained: The segmentation that dominates the Gozeal product market is mostly young people with contemporary designs. Positioning Gozeal markets its products through Tik Tok social media by broadcasting live (Live Streaming) on its Tik Tok media. Targeting in this stage Gozeal will identify opportunities in market segmentation, and evaluate the various segments to be able to decide which segmentation is the target market.*

***Keywords: Social Media, Marketing, Tik Tok.***



FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN

Nomor : Nota Dinas

Kepada Yth

Lamp :

Dekan Fakultas Dakwah

Perihal : **Ujian Munaqosyah**

UIN SMH Banten

**a.n Diki Wahyudi**

Di -

**NIM: 191510112**

Serang

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Dipermaklumkan dengan hormat, bahwa setelah membaca dan menganalisa serta mengadakan perbaikan, maka kami berpendapat bahwa skripsi atas nama Diki Wahyudi NIM:191510112. Dengan judul, **Tik Tok Sebagai Media Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Akun Gozeal)** telah diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi ujian munaqosah pada Fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Demikian atas segala perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Serang, 13 Oktober 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

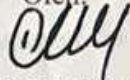
**Dr. Kholid Suhaemi, M.Si**  
NIP: 19650216 199903 1 001

**Nur Asia, T.M.Si**  
NIP: 19920316 201903 2 017

**PERSETUJUAN**

**Tik Tok Sebagai Media Strategi Komunikasi Pemasaran  
(Studi Pada Akun Gozeal)**

Oleh:



**Diki Wahyudi**

191510112

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Kholid Suhaemi, M.Si**  
NIP: 19650216 199903 1 001



**Nur Asia, T.M.Si**  
NIP: 19920316 201903 2 017

Mengetahui,

Dekan  
Fakultas Dakwah

Ketua Program Studi  
Komunikasi dan Penyiaran Islam



**H. Endang Musaddad, S.Ag., M.A**  
NIP: 19720626 199803 1 002



**Tb. Nurwahyu, S.Ag., M.A**  
NIP: 19711026 200003 1 002

## PENGESAHAN

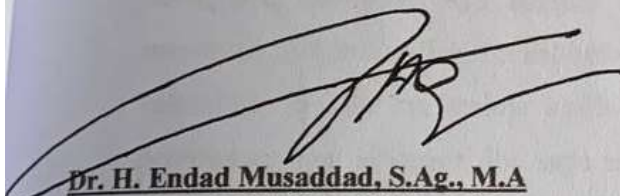
Skripsi a.n. **Diki Wahyudi**, NIM: 191510112, Judul Skripsi: **Tik Tok Sebagai Media Strategi Komunikasi Pemasaran** (Studi Pada Akun Gozeal) telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 28 Desember 2023. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

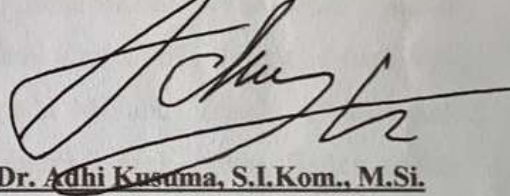
Serang, 28 Desember 2023

### Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota,


  
Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A  
NIP: 19720626 199803 1 002

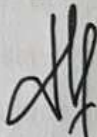
  
Dr. Adhi Kusuma, S.I.Kom., M.Si.  
NIP: 199103132020121007

Anggota

Penguji I

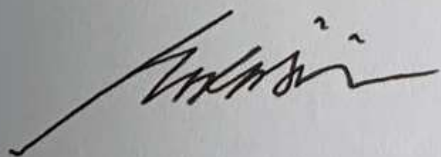
Penguji II

  
Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A  
NIP: 19720626 199803 1 002

  
Desty Prawatiningsih, M.Si.  
NIP: 198512152019032009

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Kholid Suhaemi, M.Si  
NIP: 19650216 199903 1 001

  
Nur Asia, T.M.Si  
NIP: 19920316 201903 2 017

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan kekuatan yang luar biasa, serta anugerah ilmu pengetahuan dan kasih sayang yang diberikan-Nya. Karya Tulis Ilmiah ini bisa terselesaikan tepat waktu berkat karunia dan kemudahan yang Allah berikan. Segala puji bagi-Nya. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, sebagai tanda rasa hormat dan cinta kepada junjungan kita. Saya ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada sosok ibu tercinta, Wiwin, yang dengan kelembutan dan penuh kasih sayangnya, mendidik dan memberikan dukungan yang luar biasa. Ibu adalah sosok yang hebat dan membuat saya bangkit dari keterpurukan dan tidak pernah menyerah. Alhamdulillah, berkat beliau, kini Karya Tulis Ilmiah ini bisa saya selesaikan. Selain itu, terima kasih kepada Miftahul Zanah, S.ST, kakak perempuan dan pengganti ibu saya saat menjadi anak rantau. Beliau adalah tempat di mana saya bisa pulang di saat dunia saya terasa hancur. Saya ingin menyatakan rasa sayang dan terima kasih kepada adik saya, Tiara Desvira, yang selalu menjadi inspirasi dan motivasi. Tidak lupa, penghargaan juga saya tujukan kepada Wahyu Fajar Fernanda, teman setia yang tidak hanya mendukung moral tetapi juga turut serta membantu dalam penulisan Karya Tulis Ilmiah ini dari awal hingga selesai. Semua ini tidak lepas dari dukungan, doa, dan bantuan dari orang-orang terdekat dalam hidup saya. Terima kasih kepada mereka yang telah berkontribusi dalam perjalanan ini.

## **MOTO HIDUP**

”(Kita boleh sajah kecewa dengan apa yang telah terjadi, tetapi jangan pernah kehilangan harapan untuk masa depan yang lebih baik)”

(Diki Wahyudi)



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis yang bernama Diki Wahyudi, lahir di Pandeglang 17 Mei 2001, penulis beralamat di Desa Citeureup, Kp.Lebak Buah RT.02 RW.02. Kecamatan Panimbang Kabupaten Pandeglang. Penulis adalah anak ke dua dari tiga bersodra. Pendidikan yang sudah di tempuh yaitu pada tingkat TK Insan Kamil Citeureup tahun 2005, SDN Negeri Citeureup 4, tahun 2008, SMPN Negeri 1 Cigeulis lulus tahun 2011, SMAN 17 Pandeglang lulus tahun 2019. Kemudian penulis melanjutkan pendidikannya di perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sulan Maulana Hasanuddin Banten dan mengambil Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Fakultas Dakwah.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunianya, sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Tik Tok Sebagai Media Strategi Komunikasi Pemasaran (studi pada akun Gozeal). Dalam Memasarkan Produk di media sosial Tik Tok”. Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana Strata satu (S1) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Tak lupa juga Shalawat serta salam penulis persembahkan untuk junjungan Nabi Muhammad SAW. serta keluarga dan para sahabatnya sampai akhir. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa izin dan pertolongan dari Allah SWT, penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan serta masih jauh dari kata sempurna dalam menyelesaikan skripsi ini. Namun demikian penulis berharap skripsi ini mudah-mudahan mampu membawa manfaat dalam khazanah ilmu pengetahuan. Skripsi ini takan pernah selesai tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, maka dengan selesainya penyusunan skripsi ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya Kepada:

1. Prof. Dr. H. Wawan Wahyuddin, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Bapak Dr. H. Endad Musaddad, S.Ag., M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
3. Bapak Tb.Nurwahyu. M.A. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Ibu Fahma Islami M.si Sebagai Sekretaris Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

4. Dr. Kholid Suhaemi, M.Si.pembimbing I yang telah memberikan nasehat, bimbingan, dan saran-saran.
5. Ibu Nur Asia, T,M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah sabar membimbing saya dalam penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
6. Bapak dan Ibu dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada saya dan seluruh staf jurusan Komunikasi Penyiaran dan Islam serta staf akademik Fakultas Dakwah yang telah membantu saya dalam proses pemberkasan skripsi.
7. Orang tua tercinta saya, Bapak Aco Mustari dan Ibu Wiwin yang selalu mendoakan saya dan memberikan kasih sayang serta dukungannya.
8. Kaka dan Adik tercinta saya, Miftahul Zanah, S.ST, Tiara Desvira yang selalu mendukung saya dalam perkuliahan sehingga saya bisa menyelesaikannya..
9. Untuk keluarga besar Nenek HJ.Nasih dan Nenek HJ Euce Alm yang selalu mendukung dan memberikan semangat baik berupa doa maupun materi. Untuk uwa tercinta saya uwa Yeti dan Uwa Ola yang selalu memberikan perhatian dan dukungan kepada saya untuk semangat kuliah.
10. Terimakasih untuk teman dari kecil sampai sekarang Andri Emon yang selalu menemani dan mendukung saya dan Maman, Darel Farhan A purkon, yang selalu menghibur di kala saya hilang arah dalam menyusun skripsi ini.
11. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah

sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan  
sebaik dan semaksimal mungkin.

Serang, 20 Mei 2023

**Diki Wahyudi**  
NIM. 191510112

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTO HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
F. Sistematika Pembahasan.....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
A. Kajian Pustaka .....	14
1. Media Sosial.....	14
2. Pengertian Aplikasi Tik Tok.....	19
3. Strategi Komunikasi.....	34
4. Pengertian Media komunikasi.....	37
5. Manajemen Komunikasi Pemasaran .....	40
B. Landasan Teori.....	46

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
A. Metode Penelitian .....	49
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
C. Teknik Pengumpulan Data.....	51
D. Teknik Analisis Data .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>71</b>
A. Gambaran Umum Brand Gozeal.....	71
1. Profil Gozeal .....	71
2. Logo Gozeal .....	71
3. Profil <i>Owner</i> Gozeal.....	73
4. Visi dan Misi Gozeal .....	77
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	78
1. Menentukan <i>Segmentasi</i> pada Gozeal.....	78
2. Menentukan <i>Targeting</i> pada Gozeal.....	83
3. Menentukan <i>Positioning</i> Pada Gozeal .....	85
4. Hambatan Gozeal Dalam Memasarkan Produknya .....	89
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
A. Kesimpulan .....	91
B. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	