



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN TIKTOK @colourspace_ UNTUK
MENINGKATKAN KETERTARIKAN *COSTUMER* PADA
KONTEN IKLAN PEMBUATAN *SCRAPBOOK***

SKRIPSI

MUHAMMAD HANAN AQILLAH

NPM. 203516516306

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA**



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE UTILIZATION OF TIKTOK @colourspace_ TO INCREASE
CUSTOMER INTEREST IN ADVERTISING CONTENT FOR
SCRAPBOOK MAKING**

THESIS

**Submitted as one of the requirements to obtain a Bachelor's degree in
Communication Science (S.I.Kom)**

**MUHAMMAD HANAN AQILLAH
203516516306**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION PROGRAM**

JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

**PEMANFAATAN TIKTOK @colourspace_ UNTUK
MENINGKATKAN KETERTARIKAN *COSTUMER* PADA
KONTEN IKLAN PEMBUATAN *SCRAPBOOK***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

MUHAMMAD HANAN AQILLAH

203516516306

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA, JANUARI 2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Hanan Aqillah
NPM : 203516516306
Skripsi : Pemanfaatan TikTok @colourspace_ Untuk Meningkatkan Ketertarikan
Costumer Pada Konten Iklan Pembuatan *Scrapbook*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan penerapan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 1 Maret 2024

Yang membuat pernyataan



Muhammad Hanan Aqillah

PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN
ILMUPOLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Hanan Aqillah
NPM : 203516516306
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan TikTok @colourspace_ Untuk Meningkatkan Ketertarikan Costumer Pada Konten Iklan Pembuatan Scrapbook
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu syarat dari persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,
Jakarta, 4 Maret 2024

Dosen Pembimbing

Swastiningsih, S.E., M.Si

Dekan FISIP

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Muhammad Hanan Aqillah
NPM : 203516516306
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pemanfaatan TikTok @colourspace_ Untuk Meningkatkan Ketertarikan *Costumer* Pada Konten Iklan Pembuatan *Scrapbook*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si. (.....) 
Pembimbing : Swastiningsih, S.E., M.Si. (.....) 
Penguji 1 : Dra. Masnah, M.Si. (.....) 
Penguji 2 : Swastiningsih, S.E., M.Si. (.....) 

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 Maret 2024

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Muhammad Hanan Aqillah
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516306
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PEMANFAATAN TIKTOK @colourspace_ UNTUK
MENINGKATKAN KETERTARIKAN COSTUMER PADA
KONTEN IKLAN PEMBUATAN SCRAPBOOK

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 27 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 1 Maret 2024

Ketua Sidang : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si.

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si.

Penguji II : Swastiningsih, S.E., M.Si.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Muhammad Hanan Aqillah
NPM : 203516516306
Fakultas/Akademik : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Periklanan
Tanggal Sidang : 27 Februari 2024


JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

PEMANFAATAN TIKTOK @colourspace_ UNTUK MENINGKATKAN KETERTARIKAN *COSTUMER* PADA KONTEN IKLAN PEMBUATAN *SCRAPBOOK*

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

THE UTILIZATION OF TIKTOK @colourspace_ TO INCREASE CUSTOMER INTEREST IN ADVERTISING CONTENT FOR SCRAPBOOK MAKING

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL :	TGL :	TGL :
 Swastiningsih, S.E., M.Si.	 Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.	 Muhammad Hanan Aqillah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat – Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Ketertarikan penulis dengan permasalahan dalam skripsi ini adalah Pemanfaatan TikTok @colourspace_ Dalam Meningkatkan Katertarikan *Costumer* Pada Konten Iklan Scrapbook.

Sebelumnya, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi, sulit bagi penulis untuk merampungkan skripsi ini. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Ibu Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan Bapak Nursatyo, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional beserta jajarannya.
4. Ibu Swastiningsih, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing tersayang yang telah berkenan menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan serta membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan praktik mengenai dunia komunikasi yang sebelum penulis tidak ketahui.
6. Kepada keluarga yang penulis cintai, mamah, papah, teteh yang telah memberikan dukungan kepada penulis, baik itu dukungan moral maupun material.
7. Kepada sahabat dan orang terdekat penulis yang selalu memberikan penulis dukungan material maupun emosional dan selalu menemani serta mendoakan penulis.

8. Teman-teman seperjuangan yang mengikuti skripsi yang telah memberikan dukungan secara kolektif dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Dengan penuh harapan, semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah swt. dan tercatat sebagai amal shalih. Jazakumullah khoirul jaza'. Akhirnya, karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca dengan harapan adanya saran dan kritik yang bersifat konstruktif demi pengembangan dan perbaikan, serta pengembangan lebih sempurna dalam kajian-kajian Ilmu Komunikasi. Semoga karya ini bermanfaat dan mendapat ridha Allah SWT. Amin.



Jakarta, 4 Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hanan Aqillah', written in a cursive style.

Muhammad Hanan Aqillah

203516516306

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Hanan Aqillah

NPM : 203516516306

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan. Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional hak bebas royalti noneksklusif (non-exclusive royalty-free right) atas karya ilmiah saya berjudul:

PEMANFAATAN TIKTOK @colourspace_ UNTUK MENINGKATKAN KETERTARIKAN COSTUMER PADA KONTEN IKLAN PEMBUATAN SCRAPBOOK.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan. Mengelola dalam bentuk pangkalan data (databases). Merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilikan hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 4 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Hanan Aqillah)

ABSTRAK

Nama : Muhammad Hanan Aqillah
Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Pemanfaatan TikTok @colourspace_ Untuk Meningkatkan
Ketertarikan *Costumer* Pada Konten Iklan Pembuatan Scrapbook
Pembimbing : Swastiningsih, S.E., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemanfaatan TikTok @colourspace_ Untuk Meningkatkan Ketertarikan *Costumer* Pada Konten Iklan Pembuatan *Scrapbook*. Metode penelitian ini menggunakan penelitian Kualitatif Deskriptif yang dimana penelitian ini menjabarkan bagaimana tentang Pemanfaatan TikTok @colourspace_ Untuk Meningkatkan Ketertarikan *Costumer* Pada Konten Iklan Pembuatan *Scrapbook*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat teori S-O-R yaitu *Stimulus, Organism, Response* yang menunjang Pemanfaatan TikTok @colourspace_ Untuk Meningkatkan Ketertarikan *Costumer* Pada Konten Iklan Pembuatan *Scrapbook*. Dengan strategi kreatif dan konten yang menarik, Colourspace dapat memanfaatkan fitur-fitur TikTok, seperti video pendek, *slide* foto, *filter, live streaming* dalam memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Dengan demikian, mereka dapat memanfaatkan platform sosial media ini sebagai alat untuk membangun brand awareness, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan akhirnya dapat meningkatkan ketertarikan *costumer* terhadap konten iklan. Pemanfaatan TikTok oleh Colourspace masih bisa dioptimalkan dengan baik, sejalan dengan kemampuan audiens dalam menggunakan TikTok dan kemampuan Colourspace dalam mendistribusikan konten iklan. Dalam hal ini, Colourspace perlu memahami perilaku dan preferensi audiens TikTok, serta tren konten yang populer di platform tersebut. Objek penelitian ini adalah Colourspace UMKM industri kreatif. Hasil Pemanfaatan TikTok oleh Colourspace telah efektif dalam mendistribusikan konten iklan pembuatan *scrapbook* dengan memanfaatkan *tools* dan fitur *platform* tersebut, seperti *sound, filter, dan hashtag* untuk memperluas jangkauan audiens dan mencapai tujuan promosi mereka secara efisien.

Kata kunci: Pemanfaatan TikTok, Colourspace, Konten Iklan

ABSTRACT

Name : Muhammad Hanan Aqillah
Study Program : Communication Science Study Program
Title : Utilizing TikTok @colourspace_ to Enhance Customer Interest in Scrapbook Making Advertisement Content
Counsellor : Swastiningsih, S.E., M.Si

This research aims to determine the Utilization of TikTok @colourspace_ to Increase Customer Interest in Scrapbook Making Ad Content. This research method uses descriptive qualitative research, which elaborates on how the Utilization of TikTok @colourspace_ to Increase Customer Interest in Scrapbook Making Ad Content. The results of this research show that there is the S-O-R theory, which is Stimulus, Organism, Response that supports the Utilization of TikTok @colourspace_ to Increase Customer Interest in Scrapbook Making Ad Content. With creative strategies and engaging content, Colourspace can leverage TikTok features such as short videos, photo slides, filters, live streaming to introduce their products to a wider audience. Thus, they can utilize this social media platform as a tool to build brand awareness, increase consumer engagement, and ultimately increase customer interest in ad content. The utilization of TikTok by Colourspace can still be optimized effectively, in line with the audience's ability to use TikTok and Colourspace's ability to distribute ad content. In this case, Colourspace needs to understand the behavior and preferences of TikTok audiences, as well as the popular content trends on the platform. The object of this research is Colourspace, a creative industry MSME. The Utilization of TikTok by Colourspace has been effective in distributing scrapbook making ad content by utilizing the tools and features of the platform, such as sound, filters, and hashtags to expand audience reach and achieve their promotional goals efficiently.

Key words: *The utilization of TikTok, Colourspace, Advertising Content*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAHix	
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Sosial Media	15
2.2.1 Jenis-Jenis Media Sosial	16
2.2.2 TikTok	17
2.2.3 Sosial Media Marketing.....	18
2.3 Costumer.....	19
2.4 Iklan.....	20
2.4.1 Fungsi Iklan	20
2.4.2 Tujuan Iklan	21
2.4.3 Konten Iklan	22

2.5 Seni	23
2.5.1 Kerajinan.....	23
2.5.2 Scrapbook	25
2.6 Teori S-O-R Hovland.....	25
2.7 Kerangka Pemikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Pendekatan Penelitian.....	30
3.2 Penentuan Informan.....	30
3.2.1 Key Informan	30
3.2.2 Informan.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	34
3.4.1 Pengolahan Data	34
3.4.2 Teknik Analisis Data	34
3.5 Lokasi Penelitian	36
3.6 Jadwal Penelitian	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum	37
4.1.1 Sejarah Singkat Colourspace	37
4.1.2 Profile Colourspace.....	40
4.1.3 Sosial Media Colourspace	41
4.1.4 Produk Scrapbook.....	43
4.1.5 Lokasi Penelitian Colourspace.....	44
4.1.6 Visi dan Misi Colourspace	45
4.1.7 Struktur Colourspace	46
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Pemilihan, Pemanfaatan, Penggunaan Platform Konten Iklan Pembuatan Scrapbook Colourspace	46
4.2.2 Tahapan Produksi Visual Konten Iklan Pembuatan ScrapbookColourspace	48
4.2.3 Paparan Konten Iklan Pembuatan Scrapbook Colourspace.....	55

4.2.4 Pengambilan Sikap Audiens Terhadap Konten Iklan Pembuatan Scrapbook Colourspace	63
4.3 Pemanfaatan Sosial Media Marketing Colourspace	74
4.3.1 Audiens Sosial Media Colourspace	75
4.3.2 Interaksi Audiens Sosial Media Colourspace	76
4.3.3 Distribusi Konten Iklan Colourspace.....	78
4.3.4 Kemudahan Mengakses Sosial Media Colourspace	80
4.3.5 Membangun Kredibilitas Colourspace	81
4.4 Pembahasan	83
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2. 2 Kategori Dasar Teori S-O-R.....	27
Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	29
Tabel 3. 1 Key Informan	31
Tabel 3. 2 Informan 1 dan 2	31
Tabel 3. 3 Tabel Jadwal Penelitian.....	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Colourspace	2
Gambar 1. 2 Daftar 15 Media Sosial Pengguna Terbanyak di Indonesia	5
Gambar 1. 3 Akun TikTok Colourspace	6
Gambar 4. 1 Logo Colourspace	37
Gambar 4. 2 uara 1 Kategori Mahasiswa Entrepreneur Award 2022 UAI dan Tajeer Inkubator x JK2	38
Gambar 4. 3 TikTok Colourspace	41
Gambar 4. 4 Instagram Colourspace.....	42
Gambar 4. 5 Maps Lokasi <i>Workspace</i> Colourspace.....	44
Gambar 4. 6 Struktur Colourspace.....	46
Gambar 4. 7 Draft Hasil Pengambilan Footage dan Editing.....	51
Gambar 4. 8 Penelusuran Hashtag Dan Sound Viral	52
Gambar 4. 9 Analisis <i>Viewers</i> Tertinggi Konten Iklan Pembuatan Scrapbook....	53
Gambar 4. 10 Musik Sound Viral Pada Konten Iklan Pembuatan Scrapbook.....	55
Gambar 4. 11 Hashtag Relevan Pada Konten Iklan Pembuatan Scrapbook	55
Gambar 4. 12 Traffic Sources Pada Konten Iklan Pembuatan Scrapbook.....	58
Gambar 4. 13 Data Jenis Kelamin Pada Konten Iklan Pembuatan Scrapbook....	59
Gambar 4. 14 Data Umur Dan Negara Pada Konten Iklan Pembuatan Scrapbook.....	61
Gambar 4. 15 Data Kota Pada Konten Iklan Pembuatan Scrapbook	62
Gambar 4. 16 Jumlah Like, Komentar, Save, Share	65
Gambar 4. 17 Komentar Audiens Di TikTok Colourspace	67
Gambar 4. 18 Ferry Irawan Follow TikTok Colourspace	69
Gambar 4. 19 Ferry Irawan Kontak Admin Colourspace	70
Gambar 4. 20 Scrapbook Pesanan Ferry Irawan	71
Gambar 4. 21 Nabila Fatika Andrianti Follow TikTok Colourspace	71
Gambar 4. 22 Nabila Fatika Andrianti Kontak Admin Colourspace	72
Gambar 4. 23 Scrapbook Pesanan Nabila Fatika Andrianti	73
Gambar 4. 24 Data Jumlah Pesanan Scrapbook Tahun 2023.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian dan Informasi Data.....	92
Lampiran 2 Surat Penugasan Dosen Pembimbing.....	93
Lampiran 3 Surat Keterangan Pendamping Ijazah.....	94
Lampiran 4 Hasil Uji Turnitin.....	95
Lampiran 5 Lembar Konsultasi APPSTA	96
Lampiran 6 Draft Pertanyaan Wawancara	98
Lampiran 7 Transkrip Wawancara	101
Lampiran 8 Lembar Observasi.....	117
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian.....	118
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	121

