

**UNIVERSITAS NASIONAL**

**STRATEGI PROMOSI AEDIFEX COMPANY PADA AKUN  
TIKTOK @AEDIFEX303 DALAM MENINGKATKAN  
PENJUALAN PRODUK JAKET VARSITY**



**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu**

**Komunikasi (S.I.Kom)**

**Annisa Tabriza Diva Kusuma**

**NPM : 193516516451**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
POLITIKPROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2024**

**NATIONAL UNIVERSITY**

**AEDIFEX COMPANY'S PROMOTIONAL STRATEGY  
ON THE @AEDIFEX303 TIKTOK ACCOUNT IN  
INCREASING SALES OF VARSITY JACKET PRODUCTS**



**THESIS**

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

**Annisa Tabriza Diva Kusuma**

**NPM : 193516516451**

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

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Annisa Tabriza Diva

NPM : 193516516451

Konsentrasi : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Strategi Promosi Aedifex Company Pada Akun Tiktok

@Aedifex303 Dalam Meningkatkan Penjualan Produk

Jaket Varsity

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

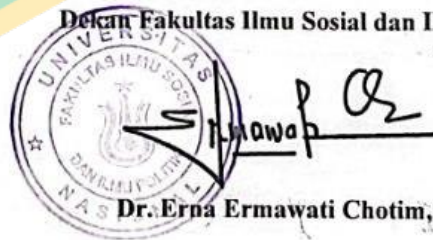
Jakarta, 3 September 2024

Dosen Pembimbing



Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos., M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si



FORMULIR 4  
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Annisa Tabriza Diva

Nomor Induk Mahasiswa : 193516516451

Jurusan : Public Relations

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Promosi Aedifex Company Pada Akun  
Tiktok @Aedifex303 Dalam Meningkatkan Penjualan  
Produk Jaket Varsity

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal 22 Agustus 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 30 Agustus 2024

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si

Penguji I : Swastiningsih, S.E, M.S.i

Penguji II : Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos. M.Si

Keterangan :

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

## LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Annisa Tabriza Diva Kusuma  
NPM : 193516516451  
Fakultas/Akademi : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2024

JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA :

**STRATEGI PROMOSI AEDIFEX COMPANY PADA AKUN TIKTOK  
@AEDIFEX303 DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK  
JAKET VARSITY**

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS :

**AEDIFEX COMPANY PROMOTIONAL STRATEGY ON TIKTOK  
ACCOUNT @AEDIFEX303 IN INCREASING SALES OF VARSITY  
JACKETS**

### TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : ...3. SEPTEMBER..2024	TGL : ...3. SEPTEMBER. 2024	TGL : ..3. SEPTEMBER 24
		
Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos. M.Si.	Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos. M.Si	Annisa Tabriza Diva

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Annisa Tabriza Diva Kusuma  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516451  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Strategi Promosi Aedifex Company Pada Akun  
Tiktok @Aedifex303 Dalam Meningkatkan  
Penjualan Produk Jaket Varsity

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

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Drs. Adi Prakosa, M.Si  
Pembimbing : Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos. M.Si.  
Penguji I : Swastiningsih, S.E. M.Si  
Penguji II : Djudjur L. Radjagukguk, S.Sos. M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal :



## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Annisa Tabriza Diva

Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516255

Judul : STRATEGI PROMOSI AEDIFEX COMPANY  
PADA AKUN TIKTOK @AEDIFEX303 DALAM  
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK

JAKET VARSITY

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan 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 gelas ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian 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, 31 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Annisa Tabriza Diva Kusuma

**HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Annisa Tabriza Diva Kusuma

Nomor Pokok Mahasiswa : 193516516415

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 nonklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Strategi Promosi Aedifex Company Pada Akun Tiktok @Aedifex303 Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Jaket Varsity

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 03 SEPTEMBER 2024



Annisa Tabriza Diva Kusuma



## ABSTRAK

Nama : Annisa Tabriza

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Promosi Aedifex Company Pada Akun Tiktok @Aedifex303 Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Jaket Varsity

Komunikasi pemasaran merupakan suatu sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan atau membujuk konsumen secara langsung maupun tidak langsung untuk mengenal tentang produk dan merek yang dijual. Media sosial telah banyak digunakan oleh masyarakat di zaman modern untuk berkomunikasi dengan teman, kerabat, dan rekan kerja dari jarak jauh melalui jaringan internet. Di zaman sekarang, pengguna dapat menggunakan media sosial sebagai media berbisnis selain untuk hiburan. Hal ini dapat dicapai dengan membuat akun khusus untuk perusahaan atau hanya dengan melakukan promosi dari akun pribadi seseorang seperti yang dilakukan oleh Aedifex Company. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang digunakan Aedifex Company dalam meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dekskriptif dengan pendekatan kualitatif, teknik pengambilan data wawancara mendalam dan observasi. Teori yang digunakan adalah konsep bauran pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Aedifex Company telah mengimplementasikan bauran pemasaran pada strategi promosi yang dilakukan yaitu *advertising, sales promotion, direct marketing, public relations, personal selling*. Aedifex Company berhasil memanfaatkan sosial media Tiktok sebagai salah satu media promosinya, ia berhasil mengalihfusikan akun Tiktok yang sebenarnya sebagai platform hiburan menjadi salah satu media untuk melakukan promosi.

**Kata Kunci** : Strategi Promosi, Komunikasi, Tiktok, Penjualan

## ***ABSTRACT***

Name: Annisa Tabriza

Study Program: Communication Science

Title: Aedifex Company Promotion Strategy on TikTok Account @Aedifex303 in Increasing Sales of Varsity Jacket Products

Marketing communication is a means by which companies try to inform or persuade consumers directly or indirectly to get to know about the products and brands being sold. Social media has been widely used by people in modern times to communicate with friends, relatives, and coworkers remotely via the internet network. Nowadays, users can use social media as a medium for doing business in addition to entertainment. This can be achieved by creating a special account for the company or simply by promoting from one's personal account as done by Aedifex Company. This study aims to determine the promotional strategies used by Aedifex Company in increasing sales. This research uses descriptive research methods with a qualitative approach, in-depth interview data collection techniques and observation. The theory used is the concept of marketing mix. The results of this study indicate that Aedifex Company has implemented the marketing mix in the promotional strategies carried out, namely advertising, sales promotion, direct marketing, public relations, personal selling. Aedifex Company succeeded in utilizing Tiktok social media as one of its promotional media, he succeeded in converting the Tiktok account which is actually an entertainment platform into a medium for promotion.

**Key Words :** Promotion Strategy, Communication, Tiktok, Sales

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Aedifex Company Pada Akun Tiktok @Aedifex303 Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Jaket Varsity” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Prodi Public Relations Universitas Nasional. Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun karena kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. Sebagai Rektori Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos, M.Si. Sebagai Dekan Fisip Universitas Nasional.
3. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si Selaku Wakil Dekan 1 Bidang Akademik FISIP Universitas Nasional
4. Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P.selaku Wakil Dekan 2 Bidang Akademik FISIP Universitas Nasional
5. Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos, M.Si Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi serta dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si. Selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi.
7. Faiz, Tania, dan Salma selaku informan dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua Bapak Kurniawan, Ibu Nurul, Adik Sultan serta Adik Alya telah mendukung Penulis dalam penulisan skripsi ini baik dari support secara fisik maupun materil.
9. Adinda, Salma selaku teman saya yang selalu support saya.
10. Abinsha, Nissa, Farras dan Nanda selaku teman saya sedari masa sekolah

menengah dan sekolah dasar. Terima kasih sudah mau berteman dan selalu mendukung satu sama lain selama 10 tahun lebih.

11. Kirana, Riza, Imelda, Sholeh, Al, Esa dan *circle* nasi uduk selaku teman saya dari awal masuk perkuliahan sampai sekarang masih berhubungan baik.
12. Untuk teman-teman seperjuangan saya di bimbingan yaitu Rinaldi, Leni, Karin, Azizah, April dan lain-lain terimakasih telah membantu saya di proses bimbingan dan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berdoa semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga penelitian ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, Juli 2024



Annisa Tabriza



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	13
2.2 Kerangka Teori .....	18
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	18
2.3 Kerangka Konsep .....	26
2.3.1 Promosi .....	26
2.3.2 Tiktok .....	27
2.3.3 Penjualan.....	31
2.4 Kerangka Pemikiran .....	34

<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	36
3.2	Pendekatan Penelitian.....	37
3.3	Penentuan Informan.....	38
3.3.1	Informan Kunci .....	38
3.3.2	Informan Pendukung .....	38
3.4	Subjek dan Objek Penelitian .....	39
3.4.1	Subjek Penelitian.....	39
3.4.2	Objek Penelitian.....	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.6	Teknik Analisis Data .....	41
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	42
3.8	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1	Aedifex Company .....	46
4.2	Analisis Strategi Promosi Aedifex Company Pada Akun Tiktok @Aedifex303 Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Jaket Varsity .....	51
4.3	Pembahasan .....	80
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran .....	85
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Jadwal penelitian .....	36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0 Data Pengguna Medsos .....	2
Gambar 1.1 Data pengguna Tiktok .....	4
Gambar 1.2 Negara dengan jumlah pengguna Tiktok Terbanyak.....	5
Gambar 1.3 Akun Tiktok Aedifex Company.....	6
Gambar 1.4 Kolom Pencarian Tiktok “Jaket Varsity Angkatan” .....	7
Gambar 4.1 Profil Akun Tiktok Aedifex Company.....	40
Gambar 4.2 Profil Kompetitor Aedifex .....	42
Gambar 4.3 Konten Aedifex Yang Masuk FYP .....	49
Gambar 4.4 Komentar Pada Video Akun Tiktok Aedifex .....	51
Gambar 4.5 Customer Aedifex dari Luar Negeri .....	56
Gambar 4.6 Aedifex Company Mengunjungi Salah Satu Sekolah .....	67

