



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PROMOSI BARU NAOMI BUAH SEGAR MELALUI MEDIA  
SOSIAL *TIKTOK*  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

**Novita Sari Ningsih**  
NPM: 193516416534

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
JAKARTA  
AGUSTUS 2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PROMOTION NEW NAOMI FRUIT FRESH THROUGH  
MEDIA SOCIAL *TIKTOK* TO INCREASE SELLING**

**SKRIPSI**

Submitted as partial fulfillment of the requirements for the  
Bachelor's Communication Science Degree

**Novita Sari Ningsih**  
NPM: 193516416534

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

**JAKARTA  
AUGUST 2024**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PROMOSI BARU NAOMI BUAH SEGAR MELALUI MEDIA  
SOSIAL *TIKTOK*  
UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

**Novita Sari Ningsih**  
NPM: 193516416534

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

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2024**



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Novita Sari Ningsih  
NPM : 193516416534  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Promosi Baru Naomi Buah Segar Melalui Media Sosial TikTok  
untuk Meningkatkan Penjualan  
Diajukan untuk : Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi

Disetujui

Jakarta, September 2024

Dosen Pembimbing

Dekan

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK JAKARTA

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Novita Sari Ningsih  
NPM : 193516416534  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Promosi Baru Naomi Buah Segar Melalui Media Sosial  
TikTok Untuk Meningkatkan Penjualan  
Diajukan untuk : Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 9 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Djujur Luciana Rajagukguk, S.sos., M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

**FORMULIR 4**  
**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Novita Sari Ningsih  
Nomor Induk Mahasiswa : 193516416534  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Pubic Relation  
Judul Skripsi : Promosi Baru Naomi Buah Segar Melalui Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 24 Agustus 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 2024

Ketua Sidang : Sahrudden Lelur, S.P., M.Si

*Sahrudden Lelur*

Penguji I : Dr. Nurharanah Harliani, M.Si

*Nurharanah Harliani*

Penguji II : Drs. Adi Prakosa, M.Si

*Adi Prakosa*

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Novita Sari Ningsih

NPM : 193516416534

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Promosi Baru Naomi Buah Segar Melalui Media Sosial  
*TikTok Untuk Meningkatkan Penjualan*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyarata yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana *Strata 1* pada Program Studi *Ilmu Komunikasi* Fakultas *Ilmu sosial dan Ilmu Politik* Universitas Nasional.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

*Sahrudin Lubis*  
: Sahrudin Lubis, S.P., M.P.A. (.....tanda tangan.....)

Penguji 1

: Dr. Nurhanda Hartono, M.Si. tanda tangan .....

Penguji 2 / Pembimbing

: Dr. Adi Prakora, M.Si. (.....tanda tangan.....)

Ditetapkan di : .....

Tanggal : .....

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.





## ABSTRAK

Nama : Novita Sari Ningsih

NPM. : 193516416534

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Promosi Baru Naomi Buah Segar Melalui Media Sosial TikTok untuk Meningkatkan Penjualan

Perkembangan zaman yang semakin modern telah mendorong perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sistem perdagangan, cara bertransaksi, dan sistem pemasaran. Dahulu, transaksi antara penjual dan pembeli harus dilakukan secara tatap muka, yang membatasi jangkauan dan efisiensi. Namun, dengan kemajuan teknologi, khususnya internet, keterbatasan jarak, waktu, dan biaya dapat diatasi dengan mudah. Salah satu contoh pemanfaatan teknologi dalam bisnis adalah penggunaan media sosial untuk memasarkan dan membeli berbagai produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana promosi baru Naomi Buah Segar melalui media sosial *TikTok* untuk meningkatkan penjualan dengan menerapkan konten video pendek yang menarik dikalangan anak muda sampai ibu rumah tangga dan Penggunaan tren populer seperti hastag, musik yang menarik juga meningkatkan engagement pengguna, *TikTok* sebagai platform interaktif memungkinkan Naomi untuk berinteraksi langsung dengan konsumen. Fitur seperti komentar, live streaming, dan tantangan (challenges) membantu dalam membangun komunitas dan loyalitas pelanggan; Penggunaan data analitik dari *TikTok* memungkinkan Naomi untuk lebih memahami perilaku konsumen, segmentasi audiens berdasarkan demografi dan minat membantu dalam mencapai target pasar yang lebih spesifik; adanya peningkatan penjualan dengan tujuan khusus untuk mengetahui strategi promosi baru yang efektif di *TikTok*, dan dampak promosi baru terhadap peningkatan penjualan, . Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi untuk mengukur pemanfaatan media sosial *TikTok* sebagai media promosi baru Naomi Buah Segar, wawancara terstruktur dengan informan terpilih, dokumentasi konten-konten *TikTok*, dan triangulasi untuk menggabungkan berbagai teknik dan sumber data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi Naomi Buah Segar melalui *TikTok* terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang luas dan meningkatkan penjualan secara signifikan melalui konten kreatif yang berfokus pada edukasi dan hiburan.

**Kata Kunci** : Promosi baru, Teknologi, *TikTok*, Media Sosial, Digital

## ABSTRACT

Name : Novita Sari Ningsih  
Student ID : 193516416534  
Study Program : Ilmu Komunikasi  
Title : Promotion New Naomi Fruit Fresh Through  
Media Social Tiktok to Increase Selling

The development of increasingly modern times has encouraged changes in various aspects of life, including trading systems, transaction methods and marketing systems. In the past, transactions between sellers and buyers had to be done face-to-face, which limited reach and efficiency. However, with advances in technology, especially the internet, limitations of distance, time and cost can be overcome easily. One example of the use of technology in business is the use of social media to market and purchase various products. This research aims to find out how the new promotion of Noumi Buah Segar via social media TikTok is to increase sales by implementing short video content that is interesting among young people to housewives and using popular trends such as hashtags, interesting music which also increases user engagement, TikTok as a platform interactive allows Naoumi to interact directly with consumers. Features such as comments, live streaming, and challenges help in building community and customer loyalty; The use of analytical data from TikTok allows Naoumi to better understand consumer behavior, audience segmentation based on demographics and interests helps in reaching more specific target markets; an increase in sales with the specific aim of finding out effective new promotional strategies on TikTok, and the impact of new promotions on increasing sales. This research uses qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques in this research include observation to measure the use of TikTok social media as a new promotional media for Noumi Buah Segar, structured interviews with selected informants, documentation of TikTok content, and triangulation to combine various techniques and data sources. The results of this research show that the promotion of Noumi Fresh Fruit via TikTok has proven effective in reaching a wide audience and increasing sales significantly through creative content that focuses on education and entertainment.

Keywords: Promotion, Technology, TikTok, Social Media, Digital

## KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis tujukan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat serta Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Promosi Baru Naomi Buah Segar Melalui Media Sosial *TikTok* Untuk Meningkatkan Penjualan”. Skripsi ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait itu di antaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawwi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional beserta jajarannya. ini.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si selaku Dekan FISIP Universitas Nasional beserta jajarannya.
3. Ibu Djudjur Luciana Radjagukguk, 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. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik dan Pembimbing Skripsi yang telah menyediakan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan akademik dan 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. Orang tua penulis yaitu, serta keluarga besar yang telah senantiasa mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar
7. Teman-teman penulis dan teman-teman lain yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu, menemani, serta mendoakan penulis selama pengerjaan skripsi ini.

8. Penulis juga menyadari masih ada kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh sebab itu kritik dan saran membangun dari semua pihak selalu penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat berupa pengetahuan dan pengalaman kepada penulis maupun pembaca.

Jakarta, 2 Agustus 2024



Novita Sari Ningsih  
NPM: 193516416534

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEKAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN KAPRODI</b> .....	<b>iii</b>
<b>FORMULIR 4 PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Pembatasan Masalah .....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.6. Sistematika Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu yang relevan.....	12
2.2 Landasan Teori .....	15
2.2.1 Promosi Baru .....	15
2.2.2 Transformasi Promosi tradisional dan baru era Digital .....	19
2,2,3 Konsep Digital Marketing .....	24
2.3 Landasan Konsep .....	28
2.3.1 Bisnis Online.....	28
2.3.2 Media Sosial.....	29
2.3.3Pengertian <i>TikTok</i> Sebagai Platform Promosi Digital.....	31
2.3.4 Efektivitas Promosi Digital Melalui <i>TikTok</i> .....	33
2.3.5 Strategi Promosi di <i>TikTok</i> .....	35
2.3.6 Kelebihan dan Keterbatasan Promosi Melalui <i>TikTok</i> dibanding Media Sosial Lain .....	40
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1 Jenis & Metode Penelitian .....	43
3.2 Pendekatan Penelitian .....	44
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.4 Subjek dan Objek Penelitian .....	45
3.5 Sumber Data Penelitian.....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	47

3.7 Teknik Penentuan Informan .....	48
3.8 Validasi Data .....	49
3.9 Teknik Analisis Data .....	49
3.10 Jadwal Penelitian .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Deskripsi Lokasi dan Informan Penelitian.....	51
4.2 Hasil Penelitian .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>84</b>
5.1 Kesimpulan .....	84
5.2 Saran.....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>



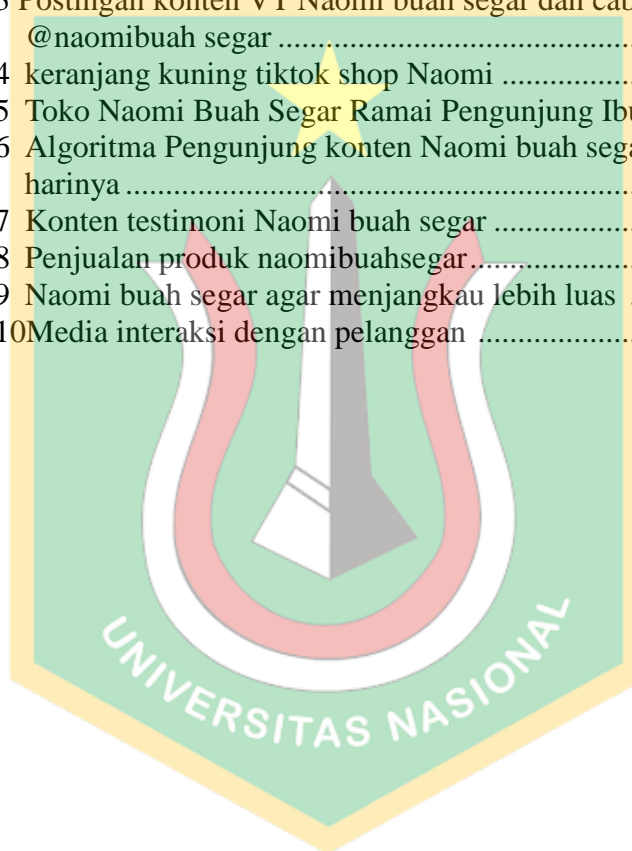
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan dengan competitor .....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	12



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Akun <i>TikTok</i> Naomi Buah Segar .....	6
Gambar 1.2	Konten <i>TikTok</i> .....	8
Gambar 2.1	Persentase Pengguna Platform Media Sosial di Indonesia (2020-2022) .....	32
Gambar 2.2	Model Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4.1	Foto outlet Naomi buah segar.....	52
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Naomi buah segar.....	54
Gambar 4.2.1	Menunjukkan live streaming di Tiktok.....	57
Gambar 4.2.2	konten akun <i>TikTok</i> @naomibuahsegar .....	59
Gambar 4.2.3	Postingan konten VT Naomi buah segar dan cabang @naomibuah segar .....	60
Gambar 4.2.4	keranjang kuning tiktok shop Naomi .....	63
Gambar 4.2.5	Toko Naomi Buah Segar Ramai Pengunjung Ibu Ibu .....	66
Gambar 4.2.6	Algoritma Pengunjung konten Naomi buah segar setiap harinya .....	72
Gambar 4.2.7	Konten testimoni Naomi buah segar .....	78
Gambar 4.2.8	Penjualan produk naomibuahsegar.....	79
Gambar 4.2.9	Naomi buah segar agar menjangkau lebih luas .....	81
Gambar 4.2.10	Media interaksi dengan pelanggan .....	83





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Transkrip Wawancara .....	90
Lampiran 2	Dokumentasi.....	97

