



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALISIS *DIGITAL MARKETING DESSERT BOX* “BITTERSWEET BY
NAJLA” DALAM MEMBANGUN MINAT BELI PELANGGAN**

(Studi Pada Akun Media Sosial Bittersweet By Najla)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.KOM)

IRWAN MAULANA

193516516456

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALYSIS OF DIGITAL MARKETING DESSERT BOX “BITTERSWEET
BY NAJLA” IN BUILDING CUSTOMER BUYING INTEREST**

(Study On Social Media Account Bittersweet By Najla)

THESIS

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

IRWAN MAULANA

193516516456

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Irwan Maulana
NPM : 193516516456
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Analisis Digital Marketing Dessert Box “Bittersweet By Najla”
Dalam membangun minat beli pelanggan (Studi Pada akun Media sosial Bittersweet By Najla)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, 31 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Lely Arrianie, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakosa, M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irwan Maulana
NPM : 193516516456
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Analisis Digital Marketing Dessert Box “Bittersweet By Najla”
Dalam membangun minat beli pelanggan (Studi Pada akun
Media sosial Bittersweet By Najla)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik

Disetujui untuk disahkan
Jakarta, 31 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Lely Arrianie, M.Si

Dekan

Dr Erna Ermawati Chotim, S.Sos, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Irwan Maulana
NPM : 193516516456
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Public Relations
Judul Skripsi : Analisis Digital Marketing Dessert Box "Bittersweet By Najla" Dalam membangun minat beli pelanggan (Studi Pada akun Media sosial Bittersweet By Najla)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan untuk meraih gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI
Ketua Sidang Sahrudin, S.IP., M.Si.

Pembimbing I/Penguji I Djudjur Luciana R., S.Ses. M.Si.

Pembimbing II/ Penguji II Prof. Dr. Lely Arriade, M.Si.

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 18 / 08 / 2023



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan di bawah ini:

Nama : Irwan Maulana

NPM : 193516516456

Judul Skripsi : Analisis *Digital Marketing Dessert Box* “Bittersweet By Najla” dalam Membangun Minat Beli Pelanggan (Studi Pada Akun Media Sosial Bittersweet By Najla)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah di publikasikan 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, 27 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,

Irwan Maulana

DAFTAR TABEL

Tabel Abstrak.....	vii
Tabel <i>Abstract</i>	viii
Tabel Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel <i>Filed Note</i>	98
Tabel Transkrip Pedoman Wawancara Informan.....	99
Tabel Transkrip Hasil Wawancara Informan.....	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.7 Model Analisis Data Miles Dan Huberman.....	41
Gambar 4.1.1 Logo Bittersweet By Najla.....	43
Gambar 4.1.2 Akun Tiktok Bittersweet By Najla.....	44
Gambar 4.1.3 Content Marketing Bittersweet By Najla.....	45
Gambar 4.1.4 Bentuk Live Selling Akun TikTok @bittersweetbynajla.....	46
Gambar 4.4.1 Paltform Social Media yang digunakan Bittersweet By Najla	77
Gambar 4.4.2 Konten – Konten di TikTok dan Instagram Bittersweet By Najla..	78
Gambar 4.4.3 Daftar Menu Dessert Box Bittersweet By Najla	81
Gambar 4.4.4 Salah Satu Produk Bittersweet By Najla Dessert Box	82
Gambar 4.4.5 Harga Produk Bittersweet By Najla.....	85
Gambar 4.4.6 Live Selling Streaming TikTok Bittersweet By Najla	86
Gambar 4.4.7 Promosi Lewat Live TikTok	87
Gambar 4.4.8 Review Bittersweet By Najla dari Pelanggan.....	88
Gambar 4.4.9 Review dari KOL dan Influencer.....	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Filed Note</i>	99
Lampiran 2 Transkrip Pedoman Wawancara Informan Pokok.....	100
Lampiran 3 Transkrip Pedoman Wawancara Informan Kunci.....	101
Lampiran 4 Transkrip Hasil Wawancara Informan Pokok.....	102
Lampiran 5 Transkrip Hasil Wawancara Informan Kunci	107
Lampiran 6 Dokumentasi Bersama Informan Pokok.....	109
Lampiran 7 Dokumentasi Bersama Informan Kunci	110
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	111
Lampiran 9 Data SKPI (Surat Keterangan Pendamping Ijazah).....	112
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	114
Lampiran 11 Formulir Persetujuan Perbaikan Skripsi.....	115
Lampiran 12 Lembar Persetujuan Judul yang Telah Direvisi.....	116
Lampiran 13 Biodata Alumni Mahasiswa.....	117
Lampiran 14 Surat Penugasan Pembimbing Skripsi.....	118



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan / Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	5
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Teori Yang Digunakan.....	19
2.2.1 Teori Digital Marketing.....	19
2.2.2 Teori Marketing Mix.....	22
2.2.3 Konsep Viral Marketing.....	24
2.2.4 Konsep Pelanggan.....	32
2.2.5 Konsep minat.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Model Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Pendekatan Penelitian.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Informan Penelitian.....	40

3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN.....	44
4.1 Deskripsi Wilayah Penelitian.....	44
4.2 Profil Informan Penelitian.....	49
4.3 Penyajian Data Hasil Penelitian : Analisis Digital Marketing Dessert Box Bittersweet By Najla Dalam Membangun Minat beli Pelanggan..	51
4.4 Pembahasan.....	75
4.5 KonFigurasi Model Hasil Penelitian.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
CATATAN LAPANGAN (FIELD NOTE).....	98
LAMPIRAN.....	98



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ditunjukkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ **ANALISIS DIGITAL MARKETING DESSERT BOX BITTERSWEET BY NAJLA DALAM MEMBANGUN MINAT BELI PELANGGAN (STUDI PADA AKUN TIKTOK BITTERSWEET BY NAJLA)** “. Skripsi ditunjukkan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional. Selanjutnya ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak di bawah ini :

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum dan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Aos Yuli Firdaus S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik: Universitas Nasional.
5. Drs. Adi Prakosa, M.Si dan Nursatyo S.Sos.M,si. Selaku ketua Program studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.

6. Agus Salim, S.sos., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis Sebagai Mahasiswa Selama 4 Tahun.
7. Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si. Selaku Ketua Sidang Seminar Proposal Penulis.
8. Sahruddin Lubis, S.IP., M.Si. dan Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. Selaku Ketua Sidang Skripsi Penulis dan Dosen Penguji 1 Sidang Skripsi.
9. Prof. Dr. Lely Arianie, M.Si, Selaku dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sebanyak- banyaknya diucapkan kepada Ibunda Lely karena sudah membantu dan memberikan masukan berupa ilmu, motivasi, dan semangat selama proses bimbingan di tengah kesibukan beliau. Tanpa adanya Ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak yakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.
10. Seluruh jajaran staff dan dosen Universitas Nasional, yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama penulis berkuliah di Universitas Nasional. Peneliti sangat berterima kasih atas tahun- tahun penuh ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Seluruh keluarga besar saya, papa, ibu, kakak dan adik saya yang telah menjadi semangat dan motivasi saya untuk kelancaraan bagi penulis sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan tepat waktu.

12. Almarhumah Upik Rahmawati Agni Selaku Ibu kandung yang telah melahirkan dan merawat peneliti dengan penuh kasih sayang. Dan selalu memberikan doa dan penyemangat sehingga peneliti merasakan ketenangan.
13. Kepada Om saya yang telah memberikan tempat tinggal kepada peneliti pada saat peneliti menjalankan perkuliahan
14. Seluruh teman seperjuangan saya, Iqbal, Fadhly Dan Rahendra yang ikut serta memberikan semangat dan batuan kepada peneliti dalam mengerjakan skripsi hingga tuntas.
15. Jessica Anindyra Daneswara sebagai support system saya, yang telah sering memberikan semangat dan sangat banyak memberikan bantuan kepada penenliti dalam menyelesaikan skripsi hingga tuntas .bahkan mendengarkan keluh kesah saya Setiap harinya.
16. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional. Terima kasih atas segala pengalaman serta pembelajaran selama 2 tahun bekerja bersama
17. Seluruh Informan yang terlibat dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktunya di tengah jadwal kegiatan yang padat dan memberikan informasi yang sangat berguna untuk penelitian ini.

Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu – ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

ABSTRAK

Nama : Irwan Maulana

NPM : 19351651645

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Analisis Digital Marketing Dessert Box Bittersweet By Najla dalam membangun Minat Beli Pelanggan (Studi Pada Akun Media

Sosial Bittersweet By Najla)

<p>Kata Kunci : Digital Marketing, Bittersweet By Najla, TikTok</p>	<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi Digital Marketing "Dessert Box Bittersweet By Najla" dalam membangun minat beli pelanggan melalui akun TikTok. Penelitian ini menggunakan teori Digital Marketing yang dari Dave Chaffey yang terdiri dari 4 elemen yaitu, (1).Identifikasi target audiens (2).mengoptimalkan sistus web dan konten (3). Memanfaatkan platfrom media sosial (4). Pemasaran konten. metode kualitatif Pendekatan Interpretif. Hasil penelitian menunjukan bahwa Bittersweet By Najla dilihat dari unsur (1)indentifikasi target audiens bittersweet by najla ditujukan kepada kalangan remaja yang menyukai produk makanan manis dengan mengikuti trend perkembangan dessret yang ada. (2)Mengotimalkan sistus web dan konten yang Dilakukan Bittersweet By Najla Dengan melakukan Pengaploadan konten di Jam 12 siang sehingga dapat Muncul di peringkat tertinggi dalam mesin pencari. (3)memanfaatkan platfrom media sosial bahwa Bittesweet By Najla menggunakan Live Selling TikTok dan Konten-konten kreatif yang dipublikasikan secara rutin berhasil menarik perhatian pengguna media sosial dan meningkatkan engagement. (4)pemasaran konten yang dilakukan Bittersweet By Najla membuat konten-konten menarik yang berfokus pada keunikan dan kualitas produknya. Melalui konten yang menarik dan kolaborasi dengan influencer kuliner, dessert box berhasil merangsang minat beli pelanggan baru dan mempertahankan minat beli dari pelanggan yang sudah ada. Kesimpulan dari penelitian ini Digital Marketing dalam membangun minat beli pelanggan Bittersweet By Najla menggunakan Teori Digital Marketing Dave Chaffey telah berhasil. Peneliti Menyarankan kepada Bittersweet By Najla terus membuat konten dan mengembangkan cara live yang lebih inovatif dan inspiratif.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Prof. Dr. Lely Arianie , M.Si.</p>

ABSTRACT

Name : Irwan Maulana
NPM : 193516516456
Study Program : *Communication Sciences*
Title : *Digital Marketing Analysis of Dessert Box Bittersweet By Najla in building Customer Buying Interest (Study on Bittersweet By Najla's Social Media Account)*

<i>Keywords :</i> <i>Digital Marketing, Bittersweet By Najla, TikTok</i>	<p><i>The purpose of this study is to find out and analyze the Digital Marketing strategy "Dessert Box Bittersweet By Najla" in building customer buying interest through TikTok accounts. This research uses Digital Marketing theory from Dave Chaffey which consists of 4 elements, namely, (1). Identify the target audience (2).optimize web systems and content (3). Utilize social media platforms (4). Content marketing. qualitative methods Interpretive Approach. The results showed that Bittersweet By Najla seen from the elements of (1) identification of the target audience of Bittersweet by Najla is aimed at teenagers who like sweet food products by following the existing desset development trends. (2) Optimizing web systems and content done by Bittersweet By Najla By loading content at 12 noon so that it can appear in the highest rankings in search engines. (3) utilizing social media platforms that Bittesweet By Najla uses TikTok Live Selling and creative content that is published regularly has succeeded in attracting the attention of social media users and increasing engagement. (4)Content marketing carried out by Bittersweet By Najla creates interesting content that focuses on the uniqueness and quality of its products. Through engaging content and collaborations with culinary influencers, dessert boxes successfully stimulate new customers' buying interest and maintain the buying interest of existing customers. The conclusion of this study Digital Marketing in building customer buying interest Bittersweet By Najla using Dave Chaffey's Digital Marketing Theory has been successful. Researchers Suggest to Bittersweet By Najla continue to create content and develop more innovative and inspiring ways to live.</i></p>
<i>Mentor</i>	Prof. Dr. Lely Arianie , M.Si.