

**MANAJEMEN KOMUNIKASI PENJUALAN PRODUK SECARA LIVE
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

(Studi Kasus pada Tiktokers Meyden)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi (S.I.Kom)



Nama : Lulu Cantika

NPM : 183112351650556

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2023

***LIVE PRODUCT SALES COMMUNICATION MANAGEMENT VIA
TIKTOK SOCIAL MEDIA***

(Case Study on Meyden Tiktokers)

THESIS

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



Name : Lulu Cantika

NPM : 183112351650556

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM

NATIONAL UNIVERSITY

JAKARTA

2023



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Lulu Cantika
NPM : 183112351650556
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Manajemen Komunikasi Penjualan Produk Secara *Live*
Melalui Media Sosial TikTok
(Studi Kasus Pada *Tiktokers* Meyden)
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
Disetujui untuk Diujikan
Jakarta, 29 Juli 2023

Dosen Pembimbing

Yayu Sriwartini, S.Sos, M.Si.

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Drs. Adi Prakoso, M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

S1- Ilmu Politik, S1- Hubungan Internasional, S1- Ilmu Administrasi Negara,
S1- Sosiologi, dan S1- Ilmu Komunikasi

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719
P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id>. E-mail : febunas49@gmail.com

PENUGASAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 222/D/X/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Nasional dengan ini menugaskan kepada :

Nama Dosen : **Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.**

Sebagai Pembimbing skripsi Semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023 bagi mahasiswa berikut :

Nama Mahasiswa : Lulu Cantika
Nomor Pokok : 183112351650556
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Adapun tugas pokok pembimbing Skripsi adalah :

- o Mengarahkan mahasiswa bimbingannya menyusun proposal penelitian
- o Mendampingi mahasiswa bimbingan dalam seminar proposal penelitian
- o Mengarahkan/membimbing mahasiswa dalam penelitian dan penulisan skripsi

Tugas dan wewenang ini berlaku paling lama untuk jangka waktu 2 (dua) semester, sejak tanggal penugasan ini ditanda tangani.

Jakarta, Rabu, 5 Oktober 2022
Dekan,



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

N.I.P. : 0109150857

Tembusan :

1. Wakil Dekan FISIP;
2. Ka. Program Studi;
3. Arsip;



FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : LULU CANTIKA
Nomor Pokok Mahasiswa : 18311 2351 650 556
Fakultas / Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Manajemen Komunikasi Penjualan Produk
Secara Live Melalui Media Sosial Tiktok (Studi kasus pada
Tiktokers Meyden)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 25 Agustus 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 30 Agustus 2023

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

Penguji I : Djudjur Luciana R., S.Sos.M.Si

Penguji II : Yayo Sriwatini S.Sos., 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

Nama : LULU CANTIKA
NPM : 18311 2351 650 556
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi & Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Tanggal Sidang : 25 Agustus 2023




JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

Manajemen komunikasi Penjualan Produk secara Live Streaming
Melalui Media Sosial tiktok (Studi kasus pada Tiktokers Meyden)

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

Live Product Sales Communication Management
Through tiktok Social Media (Case Study on Tiktokers Meyden)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL :	TGL :	TGL :
		



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Nama : Lulu Cantika
NPM : 183112351650556
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations
Judul Skripsi : MANAJEMEN KOMUNIKASI PENJUALAN PRODUK
SECARA LIVE MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK
(Studi Kasus Pada Tiktokers Meyden)
Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan,
Jakarta, 21 Agustus 2023

Dosen Pembimbing

Dekan


Yayu Sriwartini, S.Sos., M.Si.


Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lulu Cantika

NPM : 183112351650556

Judul Skripsi : Manajemen Komunikasi Penjualan Produk Secara *Live* Melalui Media Sosial TikTok (Studi Kasus Pada *Tiktokers Meyden*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan murni 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 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, 29 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Lulu Cantika

ABSTRAK

Nama : Lulu Cantika

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : MANAJEMEN KOMUNIKASI PENJUALAN PRODUK SECARA LIVE MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

<p>Kata Kunci</p> <p>Komunikasi penjualan, Live Tiktok, Influencer</p>	<p>Peran influencer berdampak pada calon konsumen yang melihatnya, dan minat daya beli muncul dari hasil review dan berdasarkan apa yang mereka unggah dan tulis di media sosial. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui manajemen Komunikasi Penjualan Produk secara Live melalui Media Sosial Tiktok (Studi Kasus pada TikTokers Meyden). Teori yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah teori manajemen komunikasi, teori interaksi simbolik, dan teori pengelolaan pesan. Dalam pelaksanaan penelitian, penulis menganalisis dengan metode studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap perencanaan, Meyden membuat perencanaan terkait konten yang akan dibuat sebelum memulai live, pendistribusian produk melalui manajemennya yaitu Bigetron Era, dan menunggu jadwal dari Bigetron Era terkait waktu live Meyden; Pada tahap pengorganisasian, Bigetron era selaku manajemen Meyden memberi jadwal terkait live Tiktok dan memberi pemberitahuan terkait penghasilan yang akan Meyden dapatkan; Pada tahap pelaksanaan, Meyden berkomunikasi secara verbal dan non verbal kepada para penontonnya; Pada tahap evaluasi, Meyden mengevaluasi dirinya sendiri dan juga meninjau insight yang didapatkan setelah live. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu komunikasi penjualan produk secara live melalui media Tiktok yang dilakukan Meyden efektif dan berhasil. Dengan melakukan 4 tahapan manajemen komunikasi yakni perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan juga evaluasi membuat engagement yang didapatkan oleh Meyden selalu ramai dan juga memberikan keuntungan pada penjualan produk yang dilakukan. Pihak Bigetron Era sebagai manajemen Meyden juga turut andil dalam melakukan perencanaan dan juga berbagai hal menyangkut jadwal siaran live Meyden di Tiktok.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Yayu Sriwartini, M. Si</p>

ABSTRACT

Name : Lulu Cantika

Major : Communication Science

Title : **LIVE PRODUCT SALES COMMUNICATION
MANAGEMENT VIA TIKTOK SOCIAL MEDIA**

<p>Key Words Sales communication, Live Tik Tok, Influencers</p>	<p>The influencer's role has an impact on potential consumers who see it, and purchasing power interest arises from the results of reviews and based on what they upload and write on social media. The purpose of this study is to find out the management of Live Product Sales Communication through Tiktok Social Media (Case Study on Meyden's TikTokers). The theories that are used as a reference in this study are communication management theory, symbolic interaction theory, and message management theory. In conducting research, the authors analyze the case study method. The results of the research show that at the planning stage, Meyden made plans regarding the content to be made before starting live, distributing products through his management, namely Bigetron Era, and waiting for the schedule from Bigetron Era regarding Meyden's live time; At the organizing stage, Bigetron era as Meyden's management gave a schedule regarding live Tiktok and gave notifications regarding the income that Meyden would get; At the implementation stage, Meyden communicated verbally and non-verbally to his audience; In the evaluation stage, Meyden evaluates himself and also reviews the insights he got after going live. The conclusion of this study is that live product sales communication through the Tiktok media carried out by Meyden is effective and successful. By carrying out the 4 stages of communication management namely planning, organizing, implementing and also evaluating, the engagement that Meyden gets is always busy and also provides benefits to the sales of the products that are made. Bigetron Era as Meyden's management also took part in planning and also various matters regarding Meyden's live broadcast schedule on Tiktok.</p>
<p>Adviser</p>	<p>Yayu Sriwartini, M. Si</p>

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur penulis panjatkan Kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan kesempatan pada penulis sehingga dapat

menyelesaikan skripsi yang berjudul “Manajemen Komunikasi Penjualan Produk Secara Live Melalui Media Sosial Tiktok (Studi Kasus Pada Tiktokers Meyden)” sebagai salah satu syarat

untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Nasional.

Penulis menyadari walaupun banyak kesulitan yang dihadapi dalam proses penyusunan skripsi ini, berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karna itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang bersangkutan dan yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada pihak-pihak yang penulis hormati khususnya kepada :

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
5. Ibu Yayu Sriwatini S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing, banyak waktu yang sudah diluangkan untuk penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu. Terima kasih karena telah membuat peneliti menjadi lebih mandiri dan yakin untuk bisa menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Kepada tante saya Irma dan Ira yang selalu membantu, mendukung dan menyemangati tanpa kenal lelah di setiap langkah Penulis.
8. Kepada keluarga dan saudara-saudara penulis yang juga selalu menyemangati, memberikan saran dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teruntuk teman penulis yang selalu mendukung, menyemangati dan selalu mau untuk berdiskusi dengan penulis, kepada Tri Novita Sari
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu – persatu yang telah banyak memberikan doa, semangat, dukungan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.

Dalam penulisan skripsi ini, masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu penulis berharap untuk segala kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis hingga sampai di tahap ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi diri penulis dan bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 29 Juli 2023

Lulu Cantika

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. State of The Art (Kebaruan Riset).....	14
2.3. Landasan Teori.....	15
2.3.1 Teori Interaksi Simbolik.....	15
2.3.2 Teori Pengelolaan Pesan.....	18
2.4. Landasan Konsep.....	22
2.4.1. Manajemen Komunikasi.....	22
2.4.2. Komunikasi Penjualan.....	25

2.4.3. Media Sosial <i>TikTok</i>	27
2.5. Kerangka Pemikiran	31
BAB III	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Pendekatan Penelitian	32
3.2 Metode dan Sifat Penelitian	33
3.3 Subyek dan Obyek Riset	34
3.4 Teknik Pengambilan Data	35
3.5. Penentuan Informan.....	37
3.6. Teknik Uji keabsahan data	38
3.7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	41
3.8. Jadwal penelitian.....	43
4.1. Hasil Penelitian	44
4.1.1. Profil Melinda Rohita (Meyden).....	44
4.1.2. Tahap Perencanaan Komunikasi Penjualan Secara <i>Live</i> Melalui Media Sosial <i>Tiktok</i>	47
4.1.3. Tahap Pengorganisasian Komunikasi Penjualan Secara <i>Live</i> Melalui Media Sosial <i>Tiktok</i>	54
4.1.4. Tahap Pelaksanaan Komunikasi Penjualan Secara <i>Live</i> Melalui Media Sosial <i>Tiktok</i>	60
4.1.5. Tahap Evaluasi pada Penjualan Secara <i>Live</i> Melalui Media Sosial <i>Tiktok</i>	71
4.2. Pembahasan.....	74

BAB V.....	84
KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. Jadwal Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Foto Meyden	44
Gambar 4.2. Meyden pada saat live Tiktok	46
Gambar 4.3. Meyden mengenakan produk yang dijual pada live Tiktok	50
Gambar 4.4. Konten jualan Meyden yang dikemas dengan hiburan	53
Gambar 4.5. Gift topi yang didapat Meyden pada saat live.....	59
Gambar 4.6. Meyden mengenakan produk yang ia jual pada live Tiktok	61
Gambar 4.7. Meyden melakukan pargoy saat diberikan gift	63
Gambar 4.8. Komentar di Tiktok Meyden.....	64
Gambar 4.9. Sound remix nyanyian Meyden yang viral di Tiktok.....	69

