

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA  
PROMOSI DI BIDANG KULINER (STUDI KASUS AKUN TIKTOK  
GEMBUL FOODIE)  
SKRIPSI**



disusun oleh :

**Sindi Naulandika**

**19.96.1151**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**PROMOSI DI BIDANG KULINER (STUDI KASUS AKUN TIKTOK  
GEMBUL FOODIE)  
SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai derajat Sarjana S1  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh :

**Sindi Naulandika**

**19.96.1151**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN  
SKRIPSI**


**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI  
BIDANG KULINER (STUDI KASUS AKUN TIKTOK GEMBUL FOODIE)**

yang disusun dan diajukan oleh

**Sindi Naulandika  
19.96.1151**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 13 Juli 2023

Dosen Pembimbing,



**Kartika Sari Yudaninggar, S.I.Kom., M.A.**  
**NIK. 190302444**

**HALAMAN PENGESAHAN  
SKRIPSI**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI  
BIDANG KULINER (STUDI KASUS AKUN TIKTOK GEMBUL FOODIE)**

yang disusun dan diajukan oleh

**Sindi Naulandika  
19.96.1151**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 26 Juli 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302444**

**Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302445**

**Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A.  
NIK. 190302521**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 29 Agustus 2023



**Emha Taufiq Lutfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi

Yogyakarta, 29 Agustus 2023



Sindi Naulandika  
NIM. 19.96.1151

## **MOTTO**

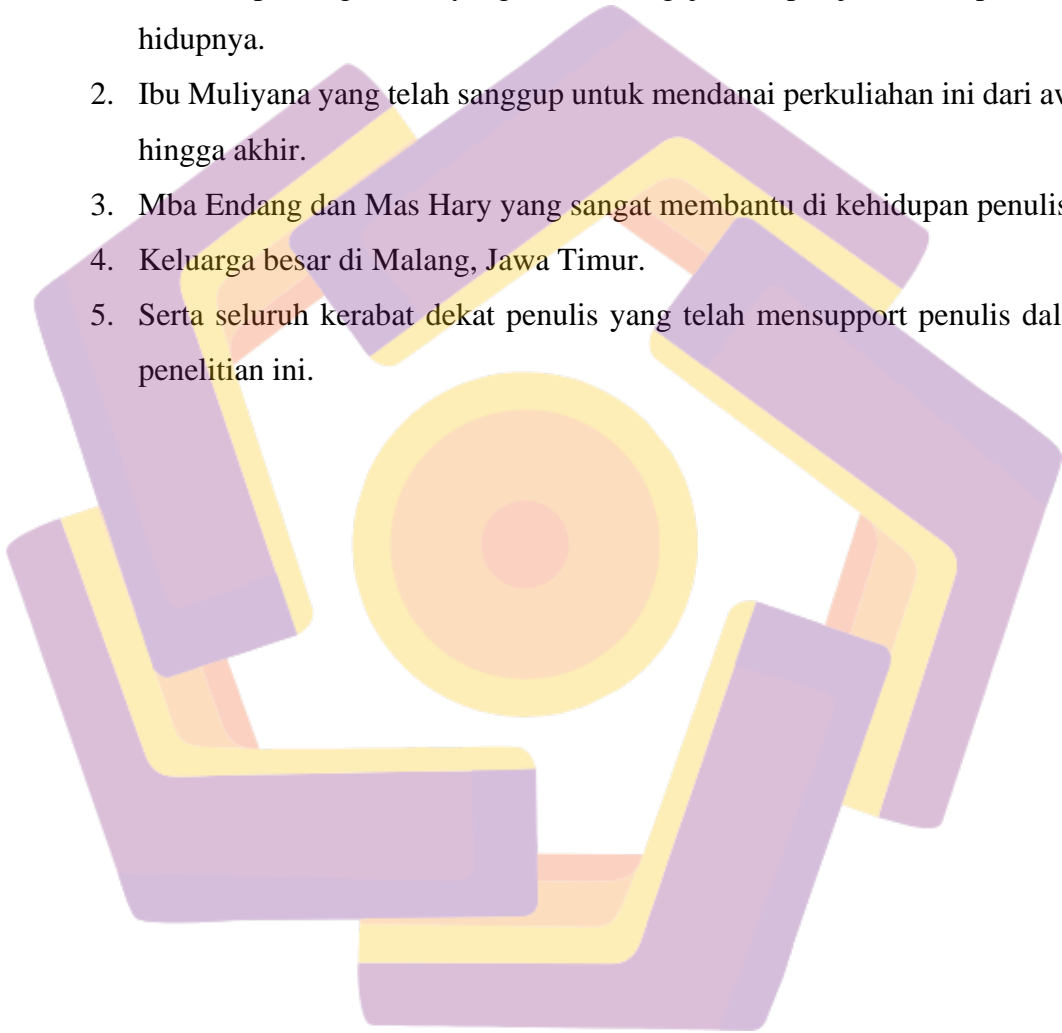
**“Skripsi yang bagus adalah skripsi yang selesai”**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang telah berjasa dalam kehidupan penulis utamanya sebagai berikut:

1. Alm. Bapak Ngatimin yang telah mengajarkan pelajaran hidup semasa hidupnya.
2. Ibu Mulyana yang telah sanggup untuk mendanai perkuliahan ini dari awal hingga akhir.
3. Mba Endang dan Mas Hary yang sangat membantu di kehidupan penulis.
4. Keluarga besar di Malang, Jawa Timur.
5. Serta seluruh kerabat dekat penulis yang telah mensupport penulis dalam penelitian ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan pada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI BIDANG KULINER (STUDI KASUS AKUN TIKTOK GEMBUL FOODIE)” ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Tujuan dibuatnya skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam keberhasilan penyusunan skripsi ini tentu tak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari pihak lain. Oleh sebab itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta kritik dan saran dalam proses penyusunan penelitian ini.
5. Kedua orang tua yang telah memberikan kesempatan, dukungan serta doa sehingga penulis dapat merasakan pendidikan di perguruan tinggi ini.
6. Kedua narasumber, Iqbal Galuh Hartono dan Rr. Savitri Mareta yang telah meluangkan waktu dan memberikan data yang diperlukan dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Calyea dan Ayaz yang merupakan keponakan penulis yang telah menghibur dikala penulis merasa stress ketika mengerjakan penelitian ini.



8. Kakak serta keluarga lain yang telah memberikan support, hiburan dan doa tanpa batas.
9. Zaka Awang Madena selaku teman istimewa penulis yang telah rela mendengarkan keluh kesah penulis dan juga memberikan hiburan selama penulis menyusun penelitian ini.
10. Margaretta Vivin Wulandari selaku sahabat penulis yang telah rela meluangkan waktu untuk menemani penulis dalam mengerjakan penelitian ini.
11. Dek Arin yang telah meluangkan waktu untuk menemani penulis melaksanakan wawancara dengan narasumber saat itu.
12. Vinka, Sasa, Nasifa, Occa serta teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-satu yang telah lebih dulu menyelesaikan penelitian dan bersedia memberikan masukan kepada peneliti dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penulis hanyalah ciptaan tuhan yang memiliki banyak kekurangan serta jauh dari kata sempurna, begitupula dalam penyusunan skripsi ini. Penulis meminta maaf apabila dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharap kritik & saran yang membangun guna kemajuan penulisan di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 29 Agustus 2023



Sindi Naulandika

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	15i
DAFTAR TABEL .....	xi
INTISARI .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Sistematika Penulisan .....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 TikTok.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Promosi .....	9
2.2. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	18
3.1. Metode Penelitian .....	18
3.2. Objek Penelitian .....	19
3.3. Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

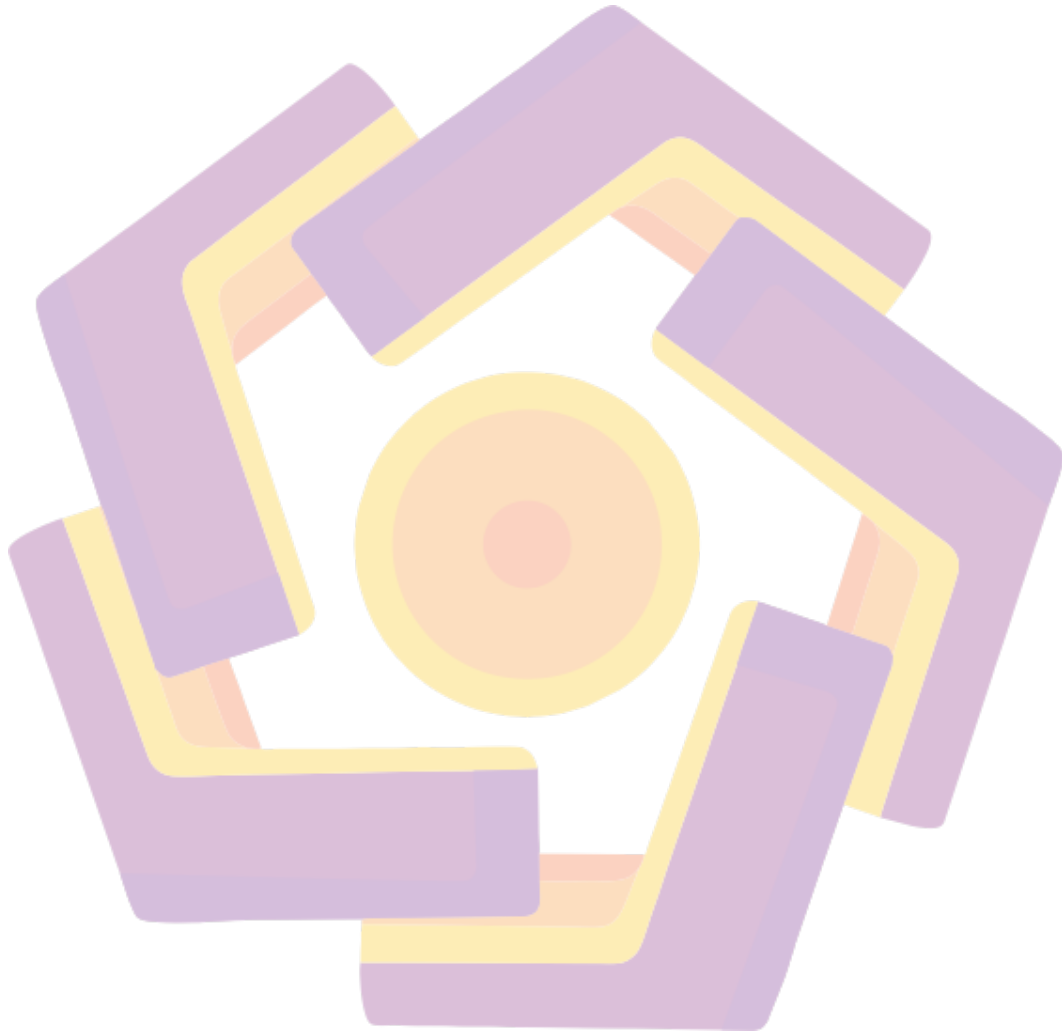
3.4.	Sumber Data Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.	Validasi Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV .....		Error! Bookmark not defined.
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		Error! Bookmark not defined.
4.1.	HASIL PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1.	Profil Gembul Foodie .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.	Kegiatan Promosi Gembul Foodie.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.	PEMBAHASAN PENELITIAN.....	38
4.2.1.	Kegiatan Promosi Gembul Foodie .....	38
4.2.2.	Pemanfaatan Media Sosial TikTok untuk mempromosikan usaha kuliner oleh Gembul Foodie .....	46
BAB V PENUTUP.....		Error! Bookmark not defined.
A.	KESIMPULAN .....	Error! Bookmark not defined.
B.	SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA .....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		55

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 1 Profil TikTok Gembul Foodie.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 2 Bentuk Promosi Digital yang dilakukan Gembul Foodie ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 3 Usaha Kuliner yang dipromosikan secara cuma-cuma oleh Gembul Foodie .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 4 Gembul Foodie memberikan respon pada audience di kolom komentar .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 5 Mencantumkan link nomor whatsapp pada bio akun TikTok Gembul Foodie .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 6 Penggunaan hashtag pada konten TikTok Gembul Foodie..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 7 Menggunakan fitur terbaru unggah foto dan juga menggunakan musik trend di TikTok .....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 8 Pemilik Gembul Foodie yang menjadi subjek pada konten yang diunggah.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 9 Informasi yang terdapat dalam video konten Gembul Foodie .. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 10 Rajin mengunggah video konten seputar kuliner**Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2 Tabel Informan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3 Strategi Pemasaran Gembul Foodie.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## INTISARI

Skripsi ini membahas mengenai bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media promosi di bidang kuliner yang dilakukan oleh salah satu akun kulineran yaitu Gembul Foodie. Promosi media sosial terjadi karena perkembangan teknologi terlebih ketika Covid 19 datang ditengah-tengah masyarakat. Disitulah teknologi menjadi peran penting guna menjembatangi semua kegiatan mulai dari belajar-mengajar, bekerja, bisnis, hingga jual-beli sehingga hal tersebut membawa perubahan pada kehidupan manusia. Usaha kuliner menjadi salah satu contoh yang terkena dampak adanya Covid 19. Pemilihan media sosial TikTok pada penelitian ini didasari oleh jumlah penggunaannya yang terus meningkat semenjak pandemi Covid 19. Adapun tujuan dari skripsi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis cara yang dilakukan oleh Gembul Foodie dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media promosi di bidang kuliner. Skripsi ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini juga menggunakan triangulasi sumber data dimana data digali kebenarannya melalui berbagai metode atau sumber data yang berbeda. Penggunaan triangulasi tersebut diharapkan dapat memperkuat data yang diperoleh. Dalam skripsi ini penulis menggunakan teori promosi online menurut Rangkuti yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan pengumpulan data melalui metode wawancara. Hasil dari penelitian ini berupa dalam memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media promosi Gembul Foodie sudah menerapkan ke lima indikator teori promosi online menurut Rangkuti. Terdapat dua indikator yang menonjol adalah dalam penerapan indikator promosi penjualan (*sales promotion*) dengan memberikan penawaran khusus dan memberikan voucher makan melalui kegiatan *giveaway*, lalu menerapkan indikator hubungan masyarakat (*public relation*) yakni menjaga hubungan baik secara internal maupun eksternal.

Kata Kunci : Media Sosial, TikTok, Promosi

## ABSTRACT

*This thesis discusses how the use of social media TikTok as a promotional medium in the culinary field is carried out by one culinary account, namely Gembul Foodie. Promotion of social media occurs because of technological developments, especially when Covid 19 arrives in the midst of society. That's where technology plays an important role in bridging all activities ranging from teaching and learning, work, business, to buying and selling so that it brings changes to human life. Culinary business is one example that has been affected by Covid 19. The choice of social media TikTok in this study was based on the number of users who have continued to increase since the Covid 19 pandemic. TikTok social media as a promotional medium in the culinary field. This thesis uses a descriptive qualitative research method with a constructivism paradigm. This study also uses triangulation of data sources where the truth of the data is explored through various methods or different data sources. The use of triangulation is expected to strengthen the data obtained. In this thesis the author uses online promotion theory according to Rangkuti which is used as a reference in collecting data through the interview method. The results of this study are in the form of utilizing social media TikTok as a promotional media. There are two indicators that stand out, namely the application of sales promotion indicators by providing special offers and providing meal vouchers through giveaway activities, then implementing public relations indicators, namely maintaining good relations internally and externally.*

*Keywords: Social Media, TikTok, Promotion*