

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BOLO SEGO MELALUI  
MEDIA SOSIAL TIK TOK DALAM MENINGKATKAN  
LOYALITAS PELANGGAN**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

Thomas David Haryprakoso  
19.96.1292

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BOLO SEGO MELALUI  
MEDIA SOSIAL TIK TOK DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS  
PELANGGAN**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh:**

Thomas David Haryprakoso  
19.96.1292

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Bolo Sego Melalui Sosial Media Tik Tok  
Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Thomas David Haryprakoso  
19.96.1292

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada 29 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Kadek Kiki Astria, M.A  
NIK. 1903002445

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**Strategi Komunikasi Pemasaran Bolo Sego Melalui Sosial Media Tik Tok  
Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Thomas David Haryprakoso  
19.96.1292

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 29 Februari 2024

**Nama Penguji**

Achmad Fauzi, SE, M.M., Dr.  
NIK. 1903002022

Yulinda Erhstyarini, S.Ikom., M.Med.Kom  
NIK. 190302485

Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., MA  
NIK. 1903002445

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S I Kom)  
29 Februari 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125

#### PERNYATAAN ORISINALITAS

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, 15 Nov 2023

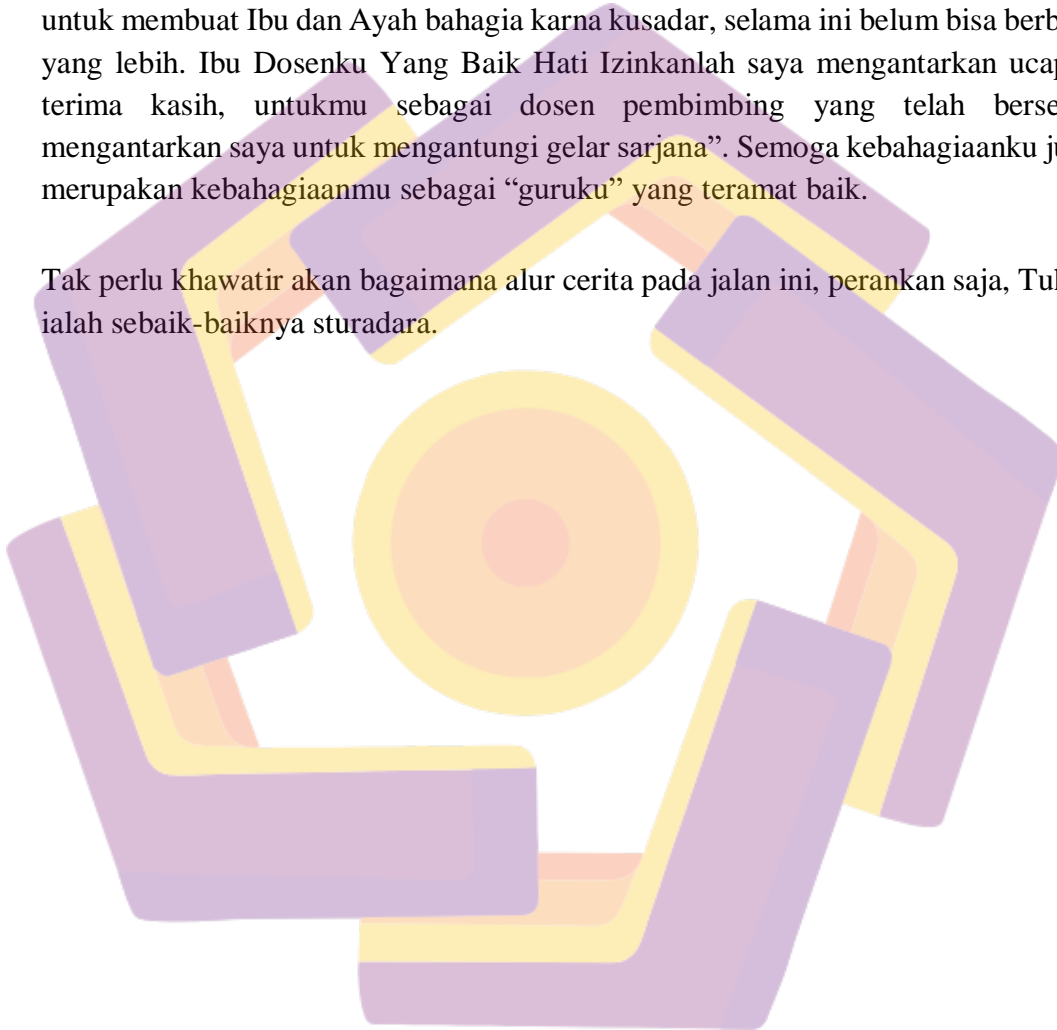
The image shows a handwritten signature in black ink over a red official stamp. The stamp is circular with a yellow border and contains the text 'METERAS TAMPER' and 'SERIAL 045422007'.

Thomas David Haryprakoso  
19.96.1292

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Ibunda dan Ayahanda tercinta sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Ibu Dosenku Yang Baik Hati Izinkanlah saya mengantarkan ucapan terima kasih, untukmu sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia mengantarkan saya untuk **mengantungi gelar sarjana**". Semoga kebahagiaanmu juga merupakan kebahagiaanmu sebagai "guruku" yang teramat baik.

Tak perlu khawatir akan bagaimana alur cerita pada jalan ini, perankan saja, Tuhan ialah sebaik-baiknya sturadara.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih 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. Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A. selaku Pembimbing.
4. Owner Bolo Sego
5. Tim Sosial Media Bolo Sego
6. Orang Tua saya
7. Teman-teman Brigata Curva Sud

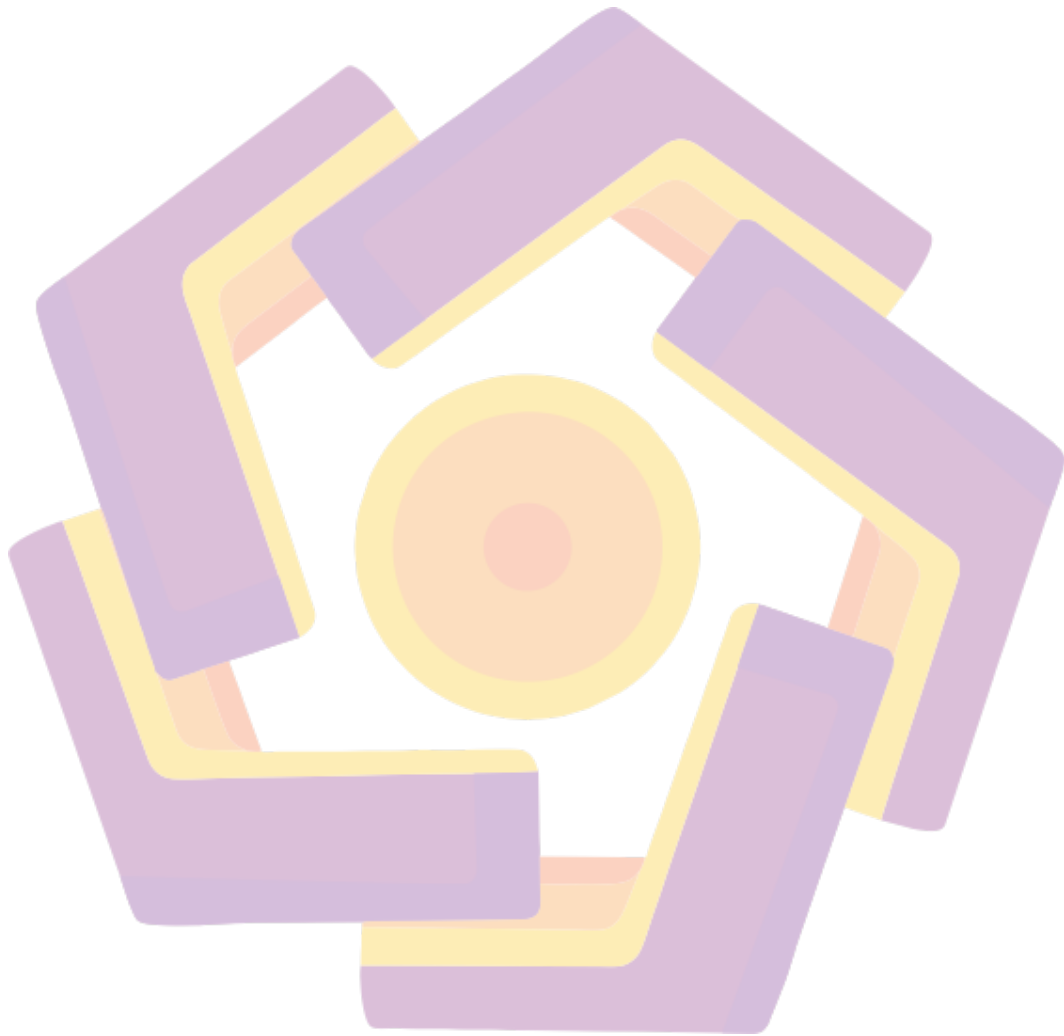
## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
INTISARI .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Landasan Teoritis .....	8
2.1.1 Landasan Teoritis .....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	26
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	26
3.2 Lokasi/Tempat Penelitian .....	26
3.3 Data dan Sumber Data.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data .....	29
3.7 Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	29
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	30
4.1 Data.....	30
4.2 Analisis .....	33
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	41
4.1 Kesimpulan .....	41
4.2 Saran .....	41
DAFTAR PUSTAKA .....	42



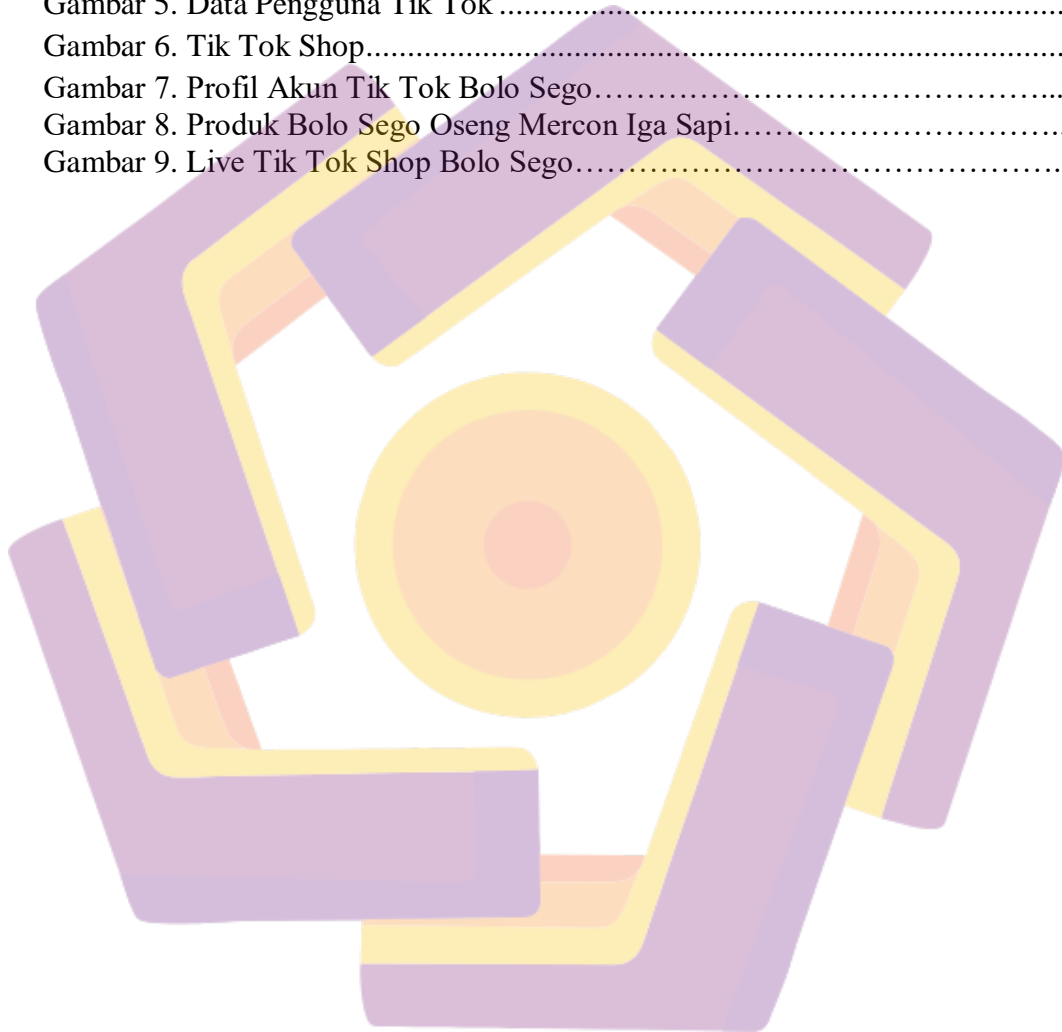
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	23
------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data platform sosial paling efektif untuk tujuan bisnis pada Juni 2022	2
Gambar 2. Data aplikasi dengan jumlah unduhan tertinggi di Indonesia pada Agustus 2023.....	3
Gambar 3. Foto Bolo Sego Oseng Mercon Iga Sapi.....	4
Gambar 4. Logo Tik Tok .....	20
Gambar 5. Data Pengguna Tik Tok .....	21
Gambar 6. Tik Tok Shop.....	22
Gambar 7. Profil Akun Tik Tok Bolo Sego.....	31
Gambar 8. Produk Bolo Sego Oseng Mercon Iga Sapi.....	31
Gambar 9. Live Tik Tok Shop Bolo Sego.....	38



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the marketing communication strategy carried out by Bolo Sego on tik tok social media in attracting customers and the challenges in maintaining the existence of Bolo Sego Products. This type of research includes descriptive qualitative research with the research approach used, namely the communication science approach, especially in marketing communication. The data sources in this study are business owners, employees, and customers. The data collection method used is through observation, interviews, and documentation. Data processing and analysis techniques are carried out through data collection, data reduction, data presentation, and verification and conclusion drawing. The results of this study indicate that the marketing communication strategy applied by Bolo Sego, namely marketing carried out using one of the social media with quite a lot of users, namely tik tok, the reason for choosing tiktok is because tiktok has more creative content so that marketing something is very appropriate. As for the marketing methods carried out, namely through live on tik tok to promote their products, in addition, promotions are also carried out from advertisements provided by tiktok and also cutting prices on certain days (discounts) to attract more customers. The challenges faced in promoting their products are that they must always prepare creative ideas in marketing. The implications of this research, especially for Bolo Sego, are to always prepare creative content that can support the marketing of their products and also market them on other social media such as Facebook, Instagram, and X.*

*Key Word : Bolo Sego, Tik Tok, Marketing Communication Strategy*

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Bolo Sego di media sosial tik tok dalam menarik pelanggan dan tantangan dalam mempertahankan eksistensi produk Bolo Sego. Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan penelitian yang digunakan yaitu pendekatan ilmu komunikasi terkhusus pada komunikasi pemasaran. Sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Bolo Sego, yaitu pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan salah satu media sosial yang cukup banyak penggunanya yakni tik tok, alasan pemilihan tiktok tersebut karena tiktok lebih banyak memiliki konten kreatif sehingga dalam memasarkan sesuatu sangatlah tepat. Adapun cara pemasaran yang dilakukan yakni melalui live di tik tok untuk mempromosikan produknya, selain itu juga dilakukan promosi dari iklan yang disediakan oleh tiktok dan juga melakukan pemotongan harga pada hari-hari tertentu (diskon) untuk menarik pelanggan yang lebih banyak. Adapun tantangan yang dihadapi dalam mempromosikan produknya yakni harus selalu menyiapkan ide-ide kreatif dalam pemasaran. Implikasi dalam penelitian ini khususnya kepada pihak Bolo Sego yaitu agar selalu menyiapkan konten-konten kreatif yang bisa menunjang pemasaran produknya dan juga memasarkannya di media sosial lainnya seperti Facebook, Instagram, dan X.

**Kata Kunci :** Bolo Sego, Tik Tok, Strategi Komunikasi Pemasaran