

**SKRIPSI  
SKEMA PUBLIKASI PROSIDING**

**PEMANFAATAN LIVE SHOPPING SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA  
FITUR TIKTOK SHOP**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta



**Oleh :**  
Fatihah Bening Pandansari  
(18.96.0977)

**Dosen Pembimbing:**  
Kartika Sari Yudaningsar S.I.kom., M.A.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2022**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
SKEMA PUBLIKASI PROSIDING/ JURNAL**

**PEMANFAATAN LIVE SHOPPING SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA FITUR  
TIKTOK SHOP**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar  
Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh:  
**Fatihah Bening Pandansari**  
**18.96.0977**

**Menyetujui,  
Dosen Pembimbing**



**Kartika Sari Yudaningsar S.I.kom., M.A.**  
**(NIK. 190302444)**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**

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

**Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng**  
**NIK. 190302107**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Fatimah Bening Pandansari  
NIM : 18.96.0977  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Sosial  
Universitas : Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 6 Juni 2022

Yang Memberikan Pernyataan



Fatihah Bening Pandansari

NIM. 18.96.0977

## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya 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:

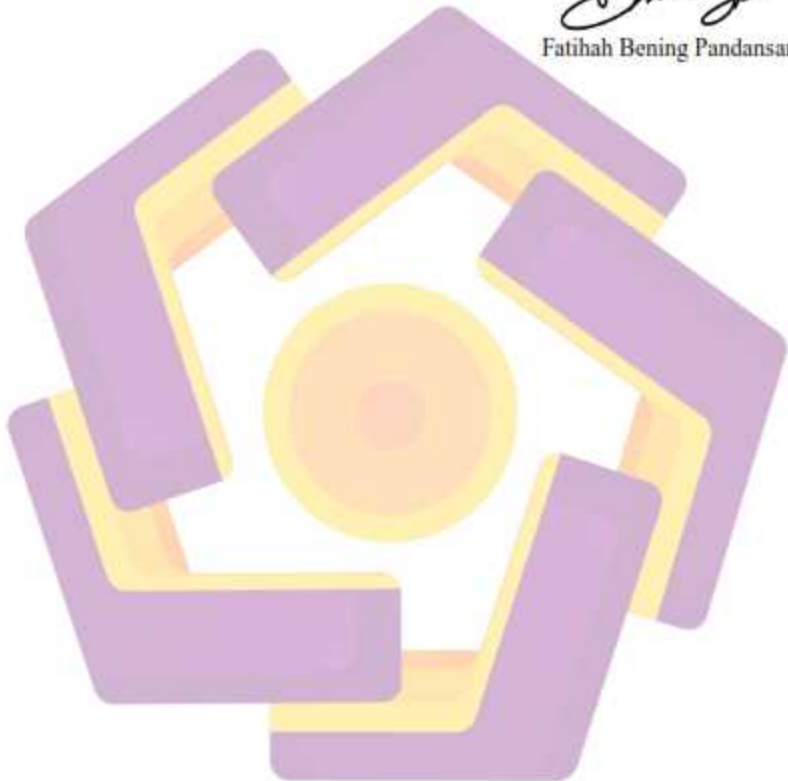
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kartika Sari Yudaninggar S.I.kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Adri Murti Almas selaku pihak instansi (Dhijabhomemade).
6. Orang tua serta segenap keluarga besar yang telah memberikan doa serta dukungan.
7. Seluruh member NCT, Big Bang, Blackpink, BTOB, Block B, Infinite, B1A4, dan grup-grup lain lain yang telah menemani penulis melalui lagu-lagu yang diciptakan dalam penulisan skripsi dan telah banyak menginspirasi.
8. Teman - teman seperjuangan penulis selama perkuliahan di Jogja dalam mencapai gelar S.I.Kom (Afdhal, Daffa, Eko, Fayrus, Gilang, Imam, Nia, Rizal, Tasmara, Valen).
9. Teman - teman berkeluh kesah dalam mencapai gelar sarjana dalam grup WhatsApp "Adhiwangsa Pride" (Laskar Imbrani, Ica Monica, Inge Octa, Rizal Putra, Dian Banawa, Farid).
10. Dan seluruh teman-teman yang sudah mendukung saya dan memotivasi dalam mengerjakan skripsi ini.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Yogyakarta, 6 Juli 2022



Fatihah Bening Pandansari



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>0</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>1</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>2</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>3</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>5</b>
PEMANFAATAN LIVE SHOPPING SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA FITUR TIKTOK SHOP.....	6
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>20</b>
LETTER OF ACCEPTANCE (LOA) DARI PANITIA .....	21
COVER / SAMPUL DEPAN PROSIDING .....	22
DAFTAR ISI PROSIDING.....	23
DOKUMENTASI FOTO/CAPTURE SEMINAR.....	24
SERTIFIKAT PEMAKALAH DAN PESERTA SEMINAR.....	25
POSTER SEMINAR CALL FOR PAPER .....	26



# PEMANFAATAN LIVE SHOPPING SEBAGAI SARANA PROMOSI PADA FITUR TIKTOK SHOP

Fatihah Bening Pandansari, Kartika Sari Yudaningsar

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Ekonomi, Universitas Amikom Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281

*fatihah.2000@students.amikom.ac.id, kartikaningsar@amikom.ac.id*

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *live shopping* sebagai sarana promosi pada fitur TikTok Shop. TikTok Shop adalah sebuah fitur dari media sosial TikTok yang memungkinkan pengguna melakukan kegiatan untuk mempromosikan produk secara *live* dan penonton dapat berbelanja di waktu yang bersamaan. Metode penelitian yang digunakan yakni metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif di mana peneliti melakukan teknik pengumpulan data berupa wawancara kepada narasumber, dengan tujuan peneliti ingin mengetahui penerapan *live shopping* yang dilakukan pada media sosial TikTok sebagai sarana promosi. Data yang digunakan yakni data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis bauran promosi atau *promotion mix* dilakukan sepenuhnya dengan pemberian memberikan potongan harga atau diskon, voucher gratis ongkir, serta mengadakan *giveaway*, memberikan sponsorship pada event kemasyarakatan, menyajikan tampilan gambar serta video yang menarik, dan melayani chat melalui Whatsapp. Selain itu, Dhijabhomemade memanfaatkan fitur-fitur pada TikTok Shop sebagai sarana promosi seperti tampilan komentar publik, peringkat mingguan, etalase, dan jumlah *like* serta *viewers*.

**Kata Kunci:** *Live Shopping*, Media Sosial, TikTok

## Abstract

*This study aims to determine the application of live shopping as a means of promotion on the TikTok Shop feature. TikTok Shop is a feature of TikTok social media that allows users to carry out activities to promote products live and viewers can shop at the same time. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach in which researchers carry out data collection techniques in the form of interviews with sources, with the aim of researchers wanting to know the application of live shopping carried out on TikTok social media as a means of promotion. The data used are primary data and secondary data. The results showed that the analysis of the promotional mix or promotion mix was carried out entirely by giving discounts or discounts, free shipping vouchers, as well as holding giveaways, providing sponsorship at social events, presenting attractive images and videos, and chat serving use Whatsapp. In addition, Dhijabhomemade utilizes features on the TikTok Shop as a means of promotion such as displaying public comments, weekly ratings, storefronts, and the number of likes and viewers.*

**Keywords:** *Live Shopping*, Social Media, TikTok