



**Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Marketing Kacang Kulit  
Garuda Untuk Kalangan Gen Z di Sosial Media Tiktok**

**SKRIPSI**

**Dipa Fattaah Majid 2010111196**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM SARJANA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN  
NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**



**Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Marketing Kacang Kulit  
Garuda Untuk Kalangan Gen Z di Sosial Media Tiktok**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Dipa Fattaah Majid 2010111196**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
PROGRAM SARJANA FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN  
NASIONAL VETERAN JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dipa Fattaah Majid

NIM. : 2010111196

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 September 2023

Yang menyatakan,



(Dipa Fattaah Majid)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dipa Fattaah Majid  
NIM : 2010111196  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Marketing Kacang Kulit Garuda Untuk  
Kalangan Gen Z di Sosial Media Tiktok**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 27 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Dipa Fattaah Majid)

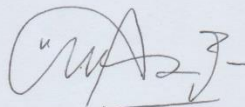
**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND MARKETING  
KACANG KULIT GARUDA UNTUK KALANGAN GEN Z DI SOSIAL  
MEDIA TIKTOK**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

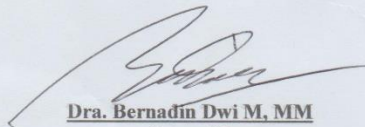
DIPA FATTAAH MAJID      2010111196

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal:  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

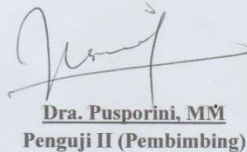


Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D

Ketua Penguji



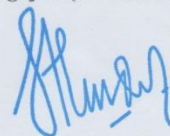
Dra. Bernadin Dwi M, MM  
Penguji I



Dra. Pusporini, MM  
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM.  
Dekan



Siti Hidayati, SE., MM.  
Ketua Program Studi

Disahkan di: Jakarta

Pada tanggal:

# Marketing Communication Strategy of Garuda Skin Nuts Brand Marketing for Gen z on Social Media Tiktok

By: Dipa Fattaah Majid

## ABSTRACT

This research is a qualitative research method with the aim of finding out more about efficient communication strategies to be carried out on social media with the target millennial generation, in we are social 2023 data has proven that Tiktok social media has an audience with a majority of 18 to 24 years old in 2023. This research focuses on the communication strategy carried out by PT Garudafood, especially Garuda skin nuts, in determining the segmentation of the millennial generation. The results of this study indicate that the tiktok account of @snack\_garuda, especially in the skin nuts section, is conducting the "Don't Watch Ball Without Garuda Nuts" campaign so that the target set by Garuda skin nuts hits the segmentation, targeting and positioning targets, namely the millennial generation.

**Keywords:** Communication Strategy, Branding, Tiktok Social Media and Millennial Generation

# Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Marketing Kacang Kulit Garuda Untuk Kalangan Gen z di Sosial Media Tiktok

Oleh: Dipa Fattaah Majid

## ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode penelitian kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui lebih dalam strategi komunikasi yang efisien untuk dilakukan di media sosial dengan target generasi milenial, dalam data we are social 2023 telah membuktikan bahwa sosial media tiktok memiliki audience dengan mayoritas usia 18 hingga 24 tahun pada tahun 2023. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Garudafood khususnya kacang kulit garuda dalam menetapkan segmentasi generasi milenial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa akun tiktok dari @snack\_garuda khususnya dibagian kacang kulit sedang melakukan kampanye “Jangan Nonton Bola Tanpa Kacang Garuda” supaya target yang sudah ditetapkan oleh kacang kulit garuda mengenai sasaran segmentasi, targeting serta positioning, yakni generasi milenial.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Branding, Sosial Media Tiktok dan Generasi milenial



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari kamis, 21 desember 2023:

Nama : Dipa Fattaah Majid

No.Pokok Mahasiswa : 2010111196

Program : Manajemen S.1

(STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BRAND MARKETING KACANG KULIT  
GARUDA UNTUK KALANGAN GEN Z DI SOSIAL MEDIA TIK TOK)

Dinyatakan lulus / ~~tidak lulus~~\*)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D	Ketua	1.
2	Dra. Bernadin Dwi M, MM	Anggota I	2.
3	Dra. Pusporini, MM	Anggota II**)	3.

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta,

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hilayati, SE, MM



## PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Brand Marketing Kacang Kulit Garuda Untuk Kalangan Gen Z di Sosial Media Tiktok."

Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi baik dukungan teknis, moral, dan emosional sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dan maksimal. Beberapa pihak tersebut diantaranya:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM. selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Dra. Pusporini, MM. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, saran, dan masukan selama proses penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua beserta keluarga yang telah mendukung secara lahir batin.
6. Rekan-rekan peneliti yang telah memberikan saran dan pandangan sebagai bahan berdiskusi sehingga peneliti dapat menyelesaikan usulan penelitian ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian pada skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca dalam meningkatkan pengetahuan sekaligus wawasan, dan juga dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 27 September 2023



(Dipa Fattaah Majid)

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PRAKATA.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ORISINALITAS.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Fokus Penelitian</b> .....	5
<b>1.3. Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.4. Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.5. Manfaat Hasil Penelitian</b> .....	5
<b>1.5.1. Manfaat Teoritis</b> .....	5
<b>1.5.2. Manfaat Praktis</b> .....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	13
<b>2.2.1. Pengertian Pemasaran</b> .....	13
2.3. Komunikasi Pemasaran.....	14
<b>2.3.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran</b> .....	14
2.4. Digital Marketing.....	15
<b>2.4.1. Pengertian Digital Marketing</b> .....	15
2.5. Media Sosial.....	17
2.6. Merek (Brand).....	19
<b>2.6.1. Pengertian Merek</b> .....	19
2.7. Generasi Gen Z.....	21
2.8. Deskripsi Objek Penelitian.....	23
BAB III.....	24
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Metode Penelitian.....	24
3.2. Lokasi Penelitian.....	24
3.3. Objek Penelitian, Subjek Penelitian dan Sumber Data.....	24
3.4. Teknik pengumpulan data.....	25
3.5. Teknik Validasi Data.....	25

3.6. Teknik Analisis Data.....	27
3.7. Desain Penelitian .....	28
BAB IV .....	29
HASIL PENELITIAN .....	29
<b>4.1 Proses Wawancara</b> .....	30
<b>4.1.1 Wawancara Narasumber Pertama</b> .....	30
<b>4.1.2 Wawancara Narasumber Kedua</b> .....	30
<b>4.1.3 Wawancara Narasumber Ketiga</b> .....	31
<b>4.2 Observasi</b> .....	31
<b>4.3 Kegiatan Observasi Bauran Pemasaran</b> .....	32
Daftar Pustaka.....	48
RIWAYAT	
HIDUP.....	54
LAMPIRAN.....	55

## DAFTAR TABEL

Table 1. Matriks Penelitian Terdahulu.....	11
--	----

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Advertising Audience Profile Tiktok .....	2
Gambar 2 Advertising Audience Profile Tiktok .....	2
Gambar 3 Desain Penelitian.....	28
Gambar 4 Wawancara narasumber 1 .....	30
Gambar 5 Wawancara narasumber 2 .....	31
Gambar 6 Wawancara narasumber 3 .....	31
Gambar 7 Produk kacang kulit garuda.....	32
Gambar 8 Harga produk kacang kulit garuda .....	33
Gambar 9 Tempat Komunikasi .....	33
Gambar 10 Tempat Promosi .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	51
-----------------------------------	----