



Judul Skripsi:

KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA KONTEN *DAILY LIVE STREAMING* DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @NIVEA_ID

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo

NIM : 2010411057



**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo
NIM : 2010411057
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, Desember 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo
NIM : 2010411057
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

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

KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA KONTEN *DAILY LIVE STREAMING* DI MEDIA SOSIAL TIKTOK @NIVEA_ID

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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 : 22 Januari 2025
Yang menyatakan,



Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo
NIM : 2010411057
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PADA KONTEN
DAILY LIVE STREAMING DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
@NIVEA_ID

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



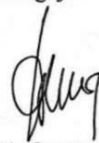
(Firdaus Noor, M.I.Kom., M.Sn)

Penguji 1



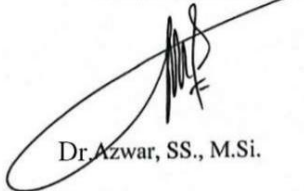
(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji 2



(Windhi Tia Saputra, M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, SS., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 4 Desember 2024

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo

NIM : 2010411057

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Komunikasi Pemasaran Digital Pada Konten *Daily Live Streaming* Di Media Sosial Tiktok @Nivea_id

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 22 Januari 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo

***Komunikasi Pemasaran Digital Pada Konten Daily Live Streaming Di
Media Sosial TikTok @Nivea_Id***

MUHAMMAD FAUZAN RIZQI WIBOWO

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada komunikasi pemasaran digital melalui konten *daily live streaming* di akun TikTok @nivea_id. Keunggulan utama *live streaming* (siaran langsung) sendiri terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan konten secara langsung, memberikan pengalaman *real-time* (waktu nyata) kepada penonton, dan memperkuat keterlibatan dengan pengunjung melalui interaksi nyata. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana Nivea menggunakan strategi siaran langsung sebagai alat komunikasi pemasaran digital. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan analisis konten menurut Kuckartz & Rädiker. Objek penelitian ini yakni konten *daily live streaming* @nivea_id, dengan fokus pada analisis makna dalam tulisan dan konten komunikatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi siaran langsung oleh Nivea Indonesia secara konsisten memberikan Nivea berhasil menarik perhatian audiens dan mengonversi minat menjadi pembelian nyata. Data mengenai *traffic engagement* (interaksi lalu lintas), seperti *views*, *likes*, komentar, dan pengikut baru, mencerminkan tingkat keterlibatan yang tinggi. Pencapaian *GMV* yang signifikan, jumlah barang terjual yang tinggi, serta tingkat klik produk yang memuaskan menunjukkan bahwa siaran langsung menjadi motor penggerak penjualan yang efektif. Strategi ini memanfaatkan interaksi langsung untuk menjelaskan produk dan mengumumkan promo menarik. Selain aspek penjualan, data menunjukkan tren positif dalam partisipasi audiens, interaksi, dan respons terhadap informasi produk. Siaran langsung juga berfungsi sebagai sarana edukasi konsumen yang efektif. Secara keseluruhan, siaran langsung terbukti sebagai alat pemasaran yang sangat efektif, meningkatkan penjualan, loyalitas konsumen, dan memperluas jangkauan pasar.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Digital, *Live streaming*, Media Sosial, TikTok.

*Digital Marketing Communication on Daily Live Streaming Content on
Social Media TikTok @Nivea_Id*

MUHAMMAD FAUZAN RIZQI WIBOWO

ABSTRACT

This research focuses on digital marketing communication through daily live streaming content on @nivea_id's TikTok account. The main advantage of live streaming itself lies in its ability to deliver content live, provide real-time experience to the audience, and strengthen engagement with visitors through real interaction. The purpose of this research is to explore how Nivea uses live streaming strategy as a digital marketing communication tool. The research method used is qualitative research with content analysis according to Kuckartz & Rädiker. The object of this research is the daily live streaming content of @nivea_id, with a focus on analyzing the meaning in writing and communicative content. The results show that Nivea Indonesia's live streaming strategy consistently provides Nivea with success in attracting audience attention and converting interest into real purchases. Data on traffic engagement, such as views, likes, comments, and new followers, reflect a high level of engagement. Significant GMV achievement, high number of items sold, and satisfactory product click rates show that direct mail is an effective sales driver. This strategy utilizes direct interaction to explain products and announce attractive promos. In addition to the sales aspect, the data shows positive trends in audience participation, interaction, and response to product information. Live streaming also serves as an effective consumer education tool. Overall, live broadcasting proved to be a highly effective marketing tool, increasing sales, consumer loyalty, and expanding market reach.

Keywords: *Marketing Communication, Digital Marketing Communication, Live streaming, Social Media, TikTok.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat serta karunia-Nya sehingga penelitian tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Adapun pembuatan skripsi dengan judul “Komunikasi Pemasaran Digital Pada Konten *Daily Live Streaming* Di Media Sosial TikTok @nivea_id” dengan tujuan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti tentunya mendapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, Peneliti ingin berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Bekti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
2. Bapak Dr. Azwar, S.S.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, atas kebijakan-kebijakan terhadap perkembangan program studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Firdaus Noor, M.I.Kom., M.Sn. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini

Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan pada proses dan hasil penelitian skripsi ini. Namun demikian, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Jakarta, Desember 2024



Muhammad Fauzan Rizqi Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Konsep Penelitian	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital	10
2.1.2 Media Sosial	23
2.2 Teori Penelitian	34
2.2.1 Teori Kehadiran Sosial (<i>Social Presence Theory</i>)	34
2.3 Penelitian Terdahulu	36
2.4 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Objek Penelitian	40
3.2 Jenis Penelitian	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4 Sumber Data	42
3.5 Teknik Analisis Data	43
3.6 Teknik Uji Keabsahan Data	44
3.7 Tabel Rencana Waktu	45
BAB IV DESKRIPSI, HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Memo Dan Ringkasan Kasus	50
4.2.2 Pengkodean	53

4.2.3	Kategori Evaluatif	57
4.2.4	Karakteristik Kategori.....	62
4.2.5	Identifikasi Konten	64
4.3	Pembahasan.....	76
4.3.1	Peran <i>Host</i> dalam <i>Live Streaming</i>	76
4.3.2	Keahlian Komunikasi <i>Host</i> dalam Interaksi dan Persuasi	81
4.3.3	Strategi Visual dalam Meningkatkan Daya Tarik dan Kredibilitas Merek.....	85
4.3.4	<i>Traffic Engagement</i> Dan Penjualan Melalui <i>Live Streaming</i>	89
4.4	Ringkasan.....	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1	Kesimpulan	102
5.2	Saran	104
DAFTAR PUSTAKA		107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun TikTok Nivea Indonesia	5
Gambar 4.1 Logo Nivea	46
Gambar 4.2 Homepage Akun Media Sosial TikTok Nivea Indonesia	47
Gambar 4.3 Host <i>Live streaming</i> Nivea Indonesia	65
Gambar 4.4 Digital Spanduk <i>Live streaming</i> Nivea Indonesia	67
Gambar 4.5 Kondisi Set <i>Live streaming</i> Nivea Indonesia	68
Gambar 4.6 Host Menjelaskan Diskon/Promo	70
Gambar 4.7 Host Berinteraksi dengan Audiens melalui <i>Comment Section</i>	71
Gambar 4.8 <i>Live streaming</i> Nivea Indonesia dengan 2 Host	77
Gambar 4.9 Traffic Engagement 2 Juni 2024.....	94
Gambar 4.10 <i>Traffic Engagement</i> 3 Juni 2024.....	96
Gambar 4.11 <i>Traffic Engagement</i> 19 Juni 2024.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Perencanaan Waktu Penelitian	45
Tabel 4.1 Rekap <i>Traffic Engagement</i> 3 April 2024 – 5 Juni 2024.....	73
Tabel 4.2 Rekap Penjualan Melalui <i>Live streaming</i> 3 April 2024 – 5 Juni 2024	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	112
Lampiran 2 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi.....	113
Lampiran 3 Rekaman Layar <i>Live Streaming</i> @nivea_id 19 Mei 2024.....	114
Lampiran 4 Rekaman Layar <i>Live Streaming</i> @nivea_id 2 Juni 2024.....	115
Lampiran 5 Rekaman Layar <i>Live Streaming</i> @nivea_id 3 Juni 2024.....	116
Lampiran 6 Tabel <i>Coding</i>	117
Lampiran 7 Sertifikat TOEFL.....	123
Lampiran 8 Sertifikat Lainnya.....	124