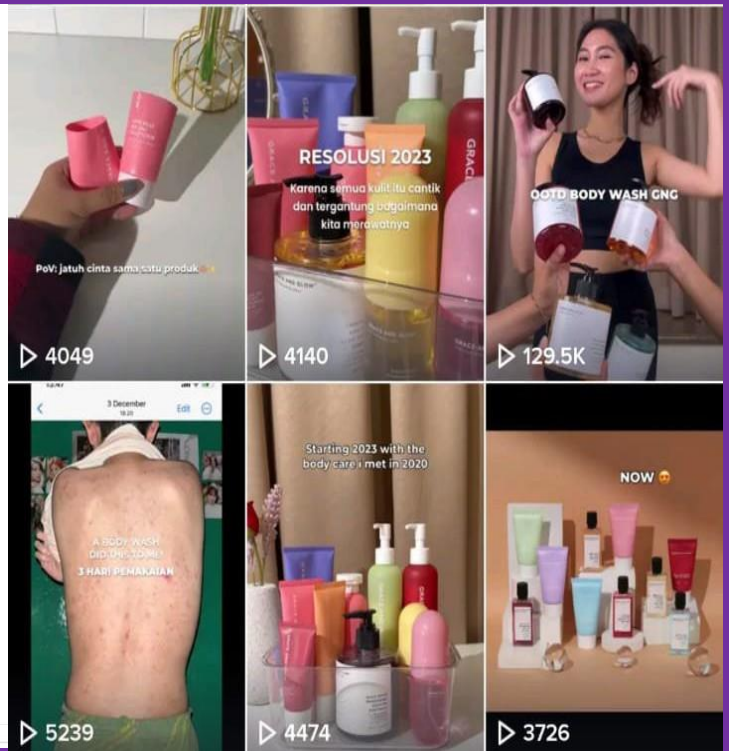
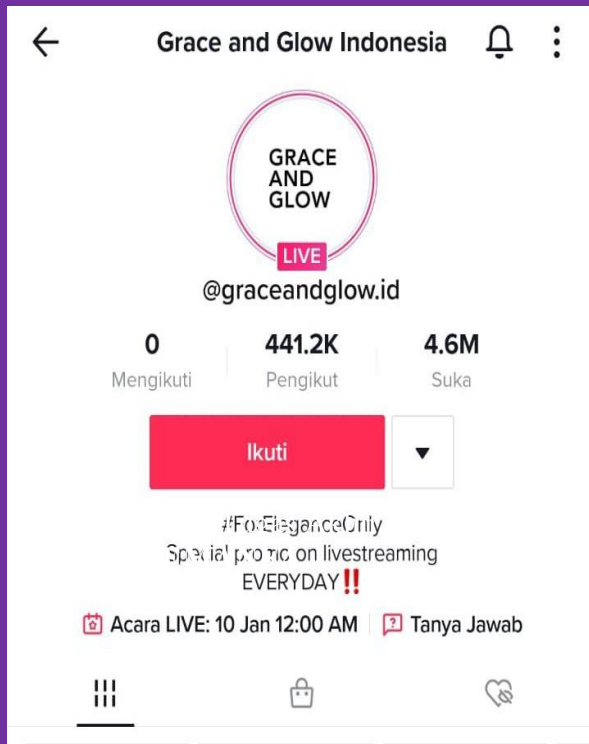




Judul Tugas Akhir Skripsi:
PEMANFAATAN FITUR TIKTOK *LIVE STREAMING* PADA AKUN
@graceandglow.id SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL MARKETING
 Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh
 gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi

Nama : Alma Desmawati Riyadi

NIM : 1810411050



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2023

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : ALMA DESMAWATI RIYADI

NIM : 1810411050

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

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

Jakarta, 15 Juni 2025

Yang menyatakan,



Alma Desmawati riyadi

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : ALMA DESMAWATI RIYADI
NIM : 1810411050
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : SI 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:

PEMANFAATAN FITUR TIKTOK LIVE STREAMING PADA AKUN @GRACEANDGLOW.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL MARKETING

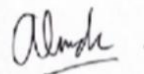
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 15 Juni 2025

Yang menyatakan,



Alma Desmawati Riyadi

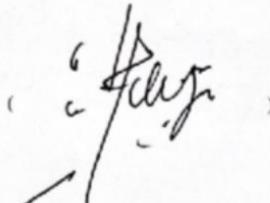
PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

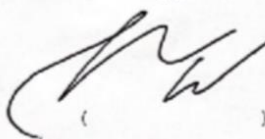
NAMA : Alma Desmawati Riyadi
NIM : 1810411050
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pemanfaatan Fitur Tiktok Live Streaming Pada Akun @graceandglow.id Sebagai Media Promosi Digital Marketing

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.

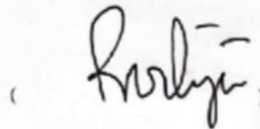
Pembimbing



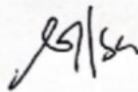
Penguji 1



Penguji 2



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 24 Juni 2025

PEMANFAATAN FITUR TIKTOK LIVE STREAMING PADA AKUN @GRACEANDGLOW.ID SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL MARKETING

Alma Desmawati Riyadi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan fitur TikTok Live Streaming pada akun @graceandglow.id sebagai media promosi digital marketing dalam kerangka social commerce. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada perkembangan pesat media sosial, khususnya TikTok, yang telah bertransformasi menjadi platform belanja berbasis komunitas dan interaksi sosial. Grace and Glow, sebagai brand kecantikan lokal, memanfaatkan fitur live streaming untuk mempromosikan produk-produk body care mereka seperti sabun mandi, body serum, dan shampoo. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme, dengan fokus pada pemanfaatan fitur live streaming dan makna pengalaman sosial antara brand, host, dan audiens selama sesi live. Data diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan informan seperti *brand leader*, *host live*, *content specialist*, dan perwakilan pembeli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi live streaming Grace and Glow mencerminkan seluruh elemen social commerce menurut Huang dan Benyoucef (2013), yaitu *individual* (melalui personalisasi akun dan host), *conversation* (interaksi *real-time*), *community* (identitas kolektif seperti sapaan “*elegance*”), dan *commerce* (*bundling*, *flash sale*, serta fleksibilitas pembayaran). Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok Live tidak hanya berfungsi sebagai kanal promosi, tetapi juga sebagai ruang belanja yang bersifat sosial, interaktif, dan transaksional.

Kata kunci: *TikTok Live*, *social commerce*, *digital marketing*, *live streaming*, *Grace and Glow*

UTILIZING TIKTOK LIVE STREAMING ON THE @GRACEANDGLOW.ID ACCOUNT AS A MEDIUM FOR DIGITAL MARKETING PROMOTION

Alma Desmawati Riyadi

Abstract

This study aims to analyze the utilization of the TikTok Live Streaming feature on the @graceandglow.id account as a medium for digital marketing promotion within the framework of social commerce. The background of this research is based on the rapid development of social media, particularly TikTok, which has transformed into a shopping platform rooted in community and social interaction. Grace and Glow, as a local beauty brand, leverages the live streaming feature to promote their body care products such as body wash, body serum, and shampoo. This study employs a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm, focusing on the use of live streaming features and the meaning of social experiences between the brand, hosts, and audience during live sessions. Data were collected through observation, documentation, and in-depth interviews with key informants including brand leaders, live hosts, content specialists, and customer representatives. The results indicate that Grace and Glow's live streaming strategy reflects all elements of social commerce as proposed by Huang and Benyoucef (2013), namely individual (through account and host personalization), conversation (real-time interaction), community (collective identity such as the “elegance” greeting), and commerce (product bundling, flash sales, and flexible payment systems). These findings suggest that TikTok Live functions not only as a promotional channel but also as a social, interactive, and transactional shopping space.

Keywords: TikTok Live, social commerce, digital marketing, live streaming, Grace and Glow.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PEMANFAATAN FITUR TIKTOK LIVE STREAMING PADA AKUN @graceandglow.id SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL MARKETING” dengan lancar. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Drs. Aan Setiadarma, M.si selaku dosen Pembimbing, yang telah dengan sabar membimbing, memberikan arahan, dan masukan konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua yaitu Ibu Susilowati dan Bapak Andi Slamet Riyadi serta kakak saya yang telah menjadi salah satu motivasi untuk penulis dapat terus semangat dan berjuang serta dukungan moril dan materil yang telah diberikan untuk memperlancar perkuliahan ini.
3. Terimakasih untuk Anwar Fauzan sebagai seseorang yang bersama dengan penulis dari tahun 2020. Terimakasih telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu dan pikiran. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga hari ini.
4. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada sahabat-sahabat terbaik saya, Maulia, Kayla, Fhaisal, Bunga, Kintan, Nadya, Masnah yang selalu memberikan semangat, doa, dan tawa di tengah perjalanan yang penuh tantangan ini. Kehadiran kalian menjadi penguat dalam proses menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.

Jakarta, 14 Juni 2025

Penulis
Alma Desmawati R.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Praktis.....	5
1.3.2 Tujuan Teoritis.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Konsep dan Teori Penelitian.....	13
2.2.1 Tiktok Sebagai Platform Live Streaming	13
2.2.2 Fitur-Fitur Tiktok Live Streaming	14
2.3 Promosi.....	19
2.3.1 Pengertian Promosi.....	19
2.3.2 Tujuan Promosi.....	20
2.4 Digital marketing	21
2.4.1 Pengertian Digital Marketing.....	21
2.4.2 Tujuan Penerapan Digital Marketing.....	22
2.4.3 Manfaat Penerapan Digital Marketing.....	23

2.4.4	Peran live streaming dalam digital marketing	24
2.5	Teori Social Commerce	25
2.6	Kerangka Pemikiran	29
BAB III	METODE PENELITIAN.....	30
3.1	Objek Penelitian	30
3.1.1	Profil Perusahaan	30
3.1.2	Visi dan Misi perusahaan.....	30
3.2	Jenis Penelitian	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data	33
3.4	Penentuan Informan.....	35
3.5	Sumber Data	38
3.6	Teknik Analisis Data	40
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	42
3.8	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Hasil Penelitian.....	44
4.1.1	Peran Live Streaming Dalam Digital Marketing	44
4.2	Pembahasan.	52
BAB V	PENUTUP	93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA		95
RIWAYAT HIDUP		97
LAMPIRAN		98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk di TikTok @graceandglow.id pada bulan September – November 2022.....	3
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	7

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Belanja Media Sosial (Social Commerce) Populix	2
Gambar 1.2 Laman Akun TikTok @graceandglow.id	3
Gambar 2.1 Logo Tiktok	13
Gambar 2.2 Proses live streaming	13
Gambar 2.3 Fitur Go Live Together	15
Gambar 2.4 Fitur Live Q & A	15
Gambar 2.5 Fitur Live Events	16
Gambar 2.6 Fitur Tiktokshop pada Tiktok Live Streaming	18
Gambar 2.7 Daftar Nama Item Gift TikTok Terbaru 2023	19
Gambar 2.8 Dasar- dasar Social Commerce.....	25
Gambar 2.9 Model Social Commerce (Huang & Beyoucef, 2013).....	27
Gambar 2.10 Kerangka Berpikir	29
Gambar 3.1 Logo Grace and Glow.....	31
Gambar 3.2 Model Analisis Data Miles dan Huberman.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan.....	98
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Skripsi.....	99
Lampiran 3. Daftar key informan dan kode wawancara, daftar pertanyaan wawancara.....	100
Lampiran 4. Koding	130
Lampiran 5. Bukti Wawancara.....	135