



Judul Skripsi :
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SEKAIHOME_ID
PADA SOSIAL MEDIA TIKTOK**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Nama : Mutiara Halizah

NIM : 1910411280



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Mutiara Halizah
NIM : 1910411280
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, 20 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Mutiara Halizah)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Mutiara Halizah

NIM : 1910411280

Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran @sekaihome_id pada Sosial
Media Tiktok

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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 5 Februari 2026

Yang menyatakan,



(Mutiara Halizah)

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

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

Nama : Mutiara Halizah
NIM : 1910411280
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:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SEKAIHOME_ID PADA
SOSIAL MEDIA TIKTOK**

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 : 5 Februari 2026
Yang menyatakan,



(Mutiara Halizah)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Mutiara Halizah
NIM : 1910411280
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Pemasaran @sekaihome_id pada Sosial Media Tiktok

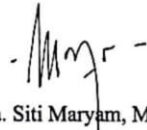
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom.

Penguji 1



Dra. Siti Maryam, M.Si.

Penguji 2



Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 8 Januari 2026

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN @SEKAIHOME_ID PADA SOSIAL MEDIA TIKTOK

MUTIARA HALIZAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Sekaihome melalui media sosial TikTok @sekaihome_id. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci yang terlibat langsung dalam pengelolaan konten TikTok Sekaihome, observasi terhadap aktivitas akun TikTok @sekaihome_id, serta dokumentasi pendukung. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Sekaihome dijalankan melalui perencanaan konten yang sistematis, riset tren TikTok sebagai dasar pembentukan konsep, kolaborasi lintas divisi dalam proses produksi, pemanfaatan fitur TikTok dan teknologi pendukung seperti live streaming, TikTok Shop, serta keranjang kuning, dan evaluasi performa konten secara berkala. Strategi tersebut memungkinkan Sekaihome menyesuaikan pesan dengan karakteristik platform TikTok dan kebutuhan audiens. Meskipun menghadapi kendala seperti perubahan tren yang cepat dan keterbatasan waktu produksi, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan mampu menjaga konsistensi konten serta meningkatkan interaksi dan jangkauan audiens.

Kata kunci: Strategi komunikasi pemasaran, TikTok, media sosial, Sekaihome.

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF @SEKAIHOME_ID ON TIKTOK SOCIAL MEDIA

MUTIARA HALIZAH

ABSTRACT

This study aimed to analyze the marketing communication strategy implemented by Sekaihome through the TikTok social media account @sekaihome_id. The research employed a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques included in-depth interviews with key informants directly involved in managing Sekaihome's TikTok content, observation of activities on the @sekaihome_id TikTok account, and supporting documentation. Data analysis was conducted through data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicated that Sekaihome's marketing communication strategy was implemented through systematic content planning, TikTok trend research as the basis for concept development, cross-divisional collaboration in the production process, utilization of TikTok features and supporting technologies such as live streaming, TikTok Shop, and the yellow shopping cart, as well as periodic evaluation of content performance. This strategy enabled Sekaihome to align its messages with the characteristics of the TikTok platform and audience needs. Despite facing challenges such as rapid trend changes and limited production time, the implemented marketing communication strategy was able to maintain content consistency and increase audience interaction and reach.

Keywords: Marketing communication strategy, TikTok, social media, Sekaihome.

KATA PENGANTAR

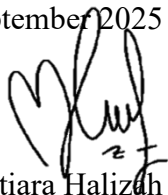
Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran @sekaihome_id pada Sosial Media Tiktok”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk lulus pada program studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Saya Mutiara Halizah, selaku Peneliti yang telah sabar dan bersyukur atas segala bentuk kehidupan.
2. Tri Sujati & Rohmatulloh, selaku kedua Orangtua Saya, yang telah memberikan kepercayaan yang besar kepada Saya.
3. Uljanatunnisa, S.Sos., MA., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, UPN Veteran Jakarta.
4. Dr. Witanti Prihantiningih, M. Ikom., selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan.
5. Segenap Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, UPN Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmunya kepada Saya.
6. Pihak PT. Tripacific Electrindo (Sekaihome) yang telah bersedia menjadi informan penelitian Saya.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis berharap adanya saran dan kritik demi kemajuan skripsi sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat secara akademis maupun praktik serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, 19 September 2025



Mutiara Halizah

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Praktis	10
1.3.2 Tujuan Teoritis.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Akademis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Konsep dan Teori Penelitian	17
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.2.3 Media Sosial	23
2.2.4 Tiktok.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Objek Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1 Wawancara.....	35

3.3.2 Dokumentasi	35
3.3.3 Observasi	36
3.4 Sumber Data	36
3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Analisis Data	38
a. Reduksi Data	38
b. Penyajian data	38
c. Penarikan Kesimpulan	39
3.6 Tabel Rencana Waktu	39
3.7 Keabsahan Data	39
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian Strategi Pemasaran Sekaihome	41
4.1.1 Strategi Perencanaan Konten (Pra Produksi).....	42
4.1.2 Strategi Pelaksanaan Konten (Produksi-Pasca Produksi).....	47
4.1.3 Strategi Pemanfaatan Fitur Tiktok.....	52
4.1.4 Kendala dan Tantangan	56
4.2 Pembahasan Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Sekaihome	59
BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
5.2.1 Saran Praktis	76
5.2.2 Saran Teoritis.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun Tiktok @sekaihome_id	2
Gambar 2 Konten Teratas Tiktok @sekaihome_id.....	3
Gambar 3 Konten Eksperimen pada Sosial Media Tiktok @sekaihome_id.....	4
Gambar 4 Komentar pada Sosial Media Tiktok @sekaihome_id.....	6
Gambar 5 Kerangka Pemikiran.....	29

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2 Rencana Waktu	39