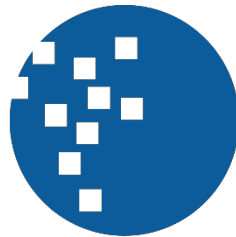


**ANALISIS ISI STRATEGI PESAN *CONTENT MARKETING*
@Sambal.bakar DI MEDIA TIKTOK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

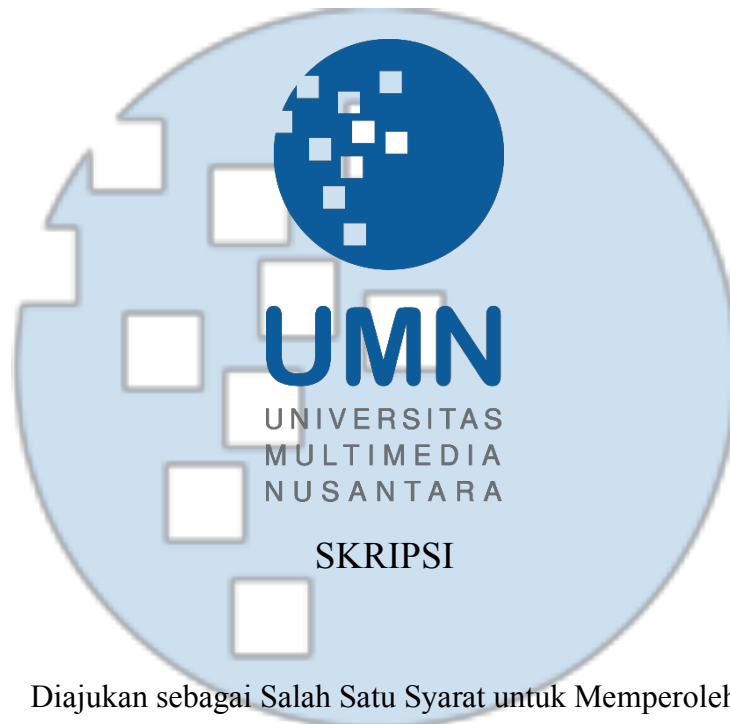
Regina Calisa Yusup

00000042541

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**ANALISIS ISI STRATEGI PESAN *CONTENT MARKETING*
@Sambal.bakar DI MEDIA TIKTOK**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S.I.Kom

Regina Calisa Yusup

00000042541

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

ii

Analisis isi Strategi..., Regina Calisa Yusup, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,
Nama : Regina Calisa Yusup
NIM : 00000042541
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:
ANALISIS ISI STRATEGI PESAN *CONTENT MARKETING* @Sambal.bakar DI MEDIA TIKTOK
merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 28 Juni 2024



Regina Calisa Yusup

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS ISI STRATEGI PESAN *CONTENT MARKETING* @Sambal.bakar DI MEDIA TIKTOK

Oleh
Nama : Regina Calisa Yusup
NIM : 00000042541
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

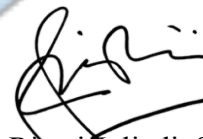
Telah diujikan pada hari Selasa, 18 Juni 2024
Pukul 14:30 s.d 16:00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Bertha Sri Eko Murtiningsih M.M.Si
NIDN 301006603

Penguji



Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.
NIDN 0320077401

Pembimbing

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Regina Calisa Yusup
NIM : 00000042541
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : ~~*Tesis/Skripsi/Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

ANALISIS ISI STRATEGI PESAN *CONTENT MARKETING* @Sambal.bakar DI MEDIA TIKTOK Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Juni 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Yang menyatakan,



Regina Calisa Yusup

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul **Analisis isi Strategis Pesan Content Marketing @sambal.bakar di Media TikTok** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari, tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko. M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugra Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Kedua *Coder*, yang telah meluangkan waktu untuk menjadi asisten saya dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
7. Adik dan Oma saya, yang telah memberikan bantuan berupa dukungan moral, sehingga terselesaikannya tugas akhir ini,
8. Sahabat-sahabat saya yang telah membantu saya dan memberikan dukungan moral, agar tidak menyerah dalam pembuatan skripsi ini, sehingga terselesaikannya tugas akhir ini.

9. Pacar saya yang turut serta berperan dalam memberikan dukungan moral, material dan waktu, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebagaimana mestinya.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, serta sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 27 Juni 2024



Regina Calisa Yusup



ANALISIS ISI STRATEGI PESAN *CONTENT MARKETING*

@Sambal.bakar DI MEDIA TIKTOK

Regina Calisa Yusup

ABSTRAK

Persaingan bisnis melalui media sosial terus meningkat, dapat dilihat dari meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia. Para pelaku usaha berbondong-bondong memasarkan produk yang mereka jual secara menarik kepada khalayak luas. Tidak jauh berbeda dengan salah satu bisnis kuliner Sambal Bakar yang ikut memasarkan produk dan usaha mereka melalui media sosial TikTok dengan *username* @sambal.bakar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi *marketing content* sambal bakar pada media sosial TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis isi pada 164 konten TikTok @sambal.bakar terhitung sejak 25 Juli 2022 hingga 29 April 2024 dengan jenis konten yang dipilih #TanyaMbaKar dan #DiChallengeSambak. Penelitian ini menggunakan dimensi *credible, shareable, useful or fun, interesting, relevant, different*, dan *on brand* oleh (Kingsnorth, 2016) sebagai salah satu strategi pesan dalam *marketing content*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sambal Bakar memperoleh nilai Pao sebesar 82%, yang mana dapat dikatakan konten yang dibuat oleh @sambal.bakar berhasil menyampaikan pesannya kepada khalayak yang melihat konten tersebut. Dengan upaya tertinggi ada pada *different* sebesar 28% dan upaya terendah ada pada *relevant* 1%.

Kata kunci: Konten Pemasaran, Media Sosial, Startegi Pesan.



**CONTENT ANALYSIS OF CONTENT MARKETING MESSAGE
STRATEGY @sambal.bakar ON TIKTOK**

Regina Calisa Yusup

ABSTRACT

Business competition through social media continues to increase, which can be seen from the increase in social media user in Indonesia. Business actors are flocking to market the product they sell attractively to a wide audience. Not much different from one of the Sambal Bakar culinary products and businesses via TikTok social media with the username @sambal.bakar. This research aims to examine the content marketing strategy for grilled chili sauce on TikTok social media. This research uses a descriptive quantitative approach with a content analysis method on 164 TikTok @sambal.bakar content starting from July 25 2022 to April 29 2024 with the selected content types #TanyaMbaKar and #DiChallengeSambak. This research uses the dimensions credible, shareable, useful or fun, interesting, relevant, different, and on brand by (Kingsnorth, 2016) as one of the message strategies in marketing content. The results of this research show that Sambal Bakar received a Pao score of 82%, which can be said that the content created by @sambal.bakar was successful in conveying its message to the audience who saw the content. With the highest effort being different at 28% and the lowest effort being relevant at 1%.

Keywords: *Content Marketing, Social Media, Messaging Strategy.*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	6
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Teori.....	13
2.3 Alur Penelitian.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	24
3.2 Metode Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	26
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28

3.6	Teknik Pengukuran Data	29
3.7	Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Subjek/Objek Penelitian	33
4.2	Hasil Penelitian	34
4.2.1	Different	37
4.2.2	Useful or Fun	38
4.2.3	On Brand	40
4.2.4	Shareable	41
4.2.5	Interesting	42
4.2.6	Credible	43
4.2.7	Relevant	44
4.3	Pembahasan	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		51
5.1	Simpulan	51
5.2	Saran	52
5.2.1	Saran Akademis	52
5.2.2	Saran Praktis	52
DAFTAR PUSTAKA		53
LAMPIRAN		56



DAFTAR TABEL

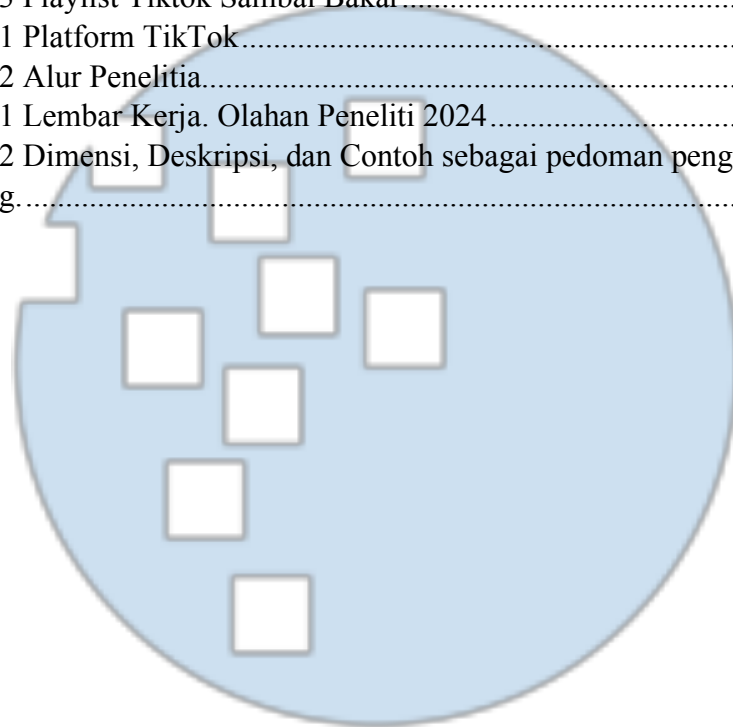
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3. 1 Tabel Dimensi	27
Tabel 4. 1 Informasi Akun TikTok Sambal Bakar.....	35
Tabel 4. 2 Hasil Analisa Tipe Upaya Pendekatan yang oleh ke 2 Coder dari 164 Konten.....	36
Tabel 4. 3 Kesepakatan antara ke dua coder	36
Tabel 4. 4 Urutan Dimensi Upaya Pendekatan Karakteristik Konten Yang Baik oleh Sambal Bakar.....	50



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

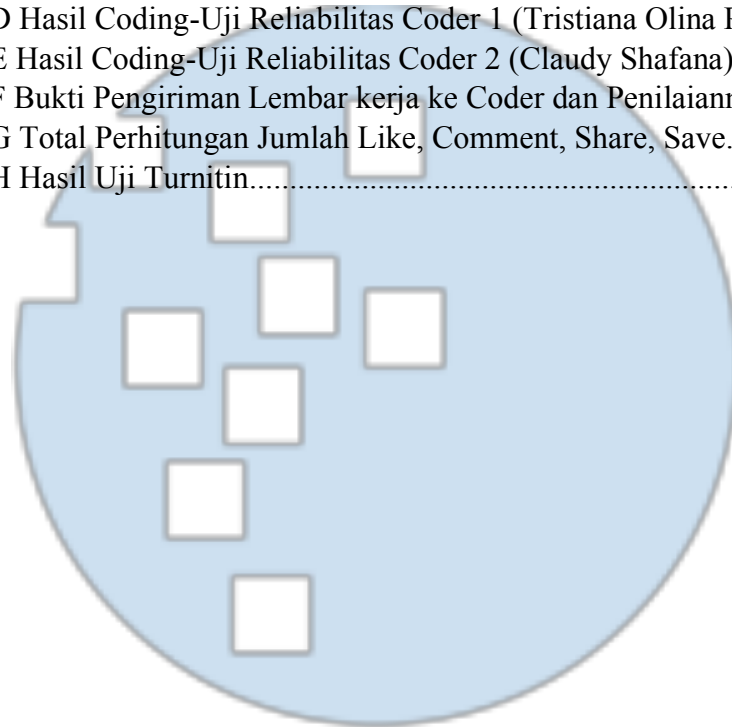
Gambar 1. 1 Media Sosial Tiktok Sambal Bakar.....	3
Gambar 1. 2 Website Sambal Bakar	3
Gambar 1. 3 Playlist Tiktok Sambal Bakar.....	4
Gambar 2. 1 Platform TikTok.....	21
Gambar 2. 2 Alur Penelitia.....	23
Gambar 3. 1 Lembar Kerja. Olahan Peneliti 2024.....	30
Gambar 3. 2 Dimensi, Deskripsi, dan Contoh sebagai pedoman pengisian lembar kerja coding.....	31



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Formulir Konsultasi Skripsi.....	56
Lampiran B Lembar Kerja Coding	57
Lampiran C Lampiran Uji Reliabilitas Kedua Coder	59
Lampiran D Hasil Coding-Uji Reliabilitas Coder 1 (Tristiana Olina Putri)	60
Lampiran E Hasil Coding-Uji Reliabilitas Coder 2 (Claudy Shafana)	64
Lampiran F Bukti Pengiriman Lembar kerja ke Coder dan Penilaiannya	68
Lampiran G Total Perhitungan Jumlah Like, Comment, Share, Save	69
Lampiran H Hasil Uji Turnitin.....	70



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA