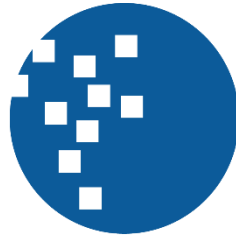


**TRANSISI KEGIATAN *LIVE SELLING* MAKARIZO PADA
MASA PENUTUPAN TIKTOK SHOP DI TAHUN 2023**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Clarissa Kurniawan

0000043188

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**TRANSISI KEGIATAN *LIVE SELLING* MAKARIZO PADA
MASA PENUTUPAN TIKTOK SHOP DI TAHUN 2023**



Skripsi

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Clarissa Kurniawan

00000043188

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Clarissa Kurniawan
NIM : 00000043188
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul:
**TRANSISI KEGIATAN *LIVE SELLING* MAKARIZO PADA MASA
PENUTUPAN TIKTOK SHOP DI TAHUN 2023**

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 skripsi, 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, 30 Mei 2024



(Clarissa Kurniawan)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**TRANSISI KEGIATAN *LIVE SELLING* MAKARIZO PADA MASA
PENUTUPAN TIKTOK SHOP DI TAHUN 2023**

Oleh

Nama : Clarissa Kurniawan
NIM : 00000043188
Program Studi : Strategic
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom
0327019001


Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom.,
0325019101

Pembimbing



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Antugrah Bangun, M.Si
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Clarissa Kurniawan
NIM : 00000043188
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : **TRANSISI KEGIATAN LIVE SELLING
MAKARIZO PADA MASA PENUTUPAN TIKTOK SHOP DI
TAHUN 2023**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan penerbitan ke dalam jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)**.

Tangerang, 30 Mei 2024



(Clarissa Kurniawan)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul “**TRANSISI KEGIATAN LIVE SELLING MAKARIZO PADA MASA PENUTUPAN TIKTOK SHOP DI TAHUN 2023**” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Prodi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya juga ingin berterimakasih kepada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang membantu saya dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Sidang yang telah memimpin proses sidang hingga berjalan dengan lancar.
6. Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Penguji yang telah menguji dan memberikan kesempatan untuk perbaikan skripsi ini.
7. Cantika Oryza Savira, Priskilla Theresia Tetrasetya, Putiari Alaina Rizki, dan Kevin Sanly Putera yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman-teman yang selalu menemani dari awal hingga akhir semester yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam proses pengerjaan skripsi.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran dan sumber motivasi kedepannya bagi pembaca.

Tangerang, 30 Mei 2024



(Clarissa Kurniawan)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TRANSISI KEGIATAN *LIVE SELLING* MAKARIZO PADA MASA PENUTUPAN TIKTOK SHOP DI TAHUN 2023

(Clarissa Kurniawan)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuka banyak peluang baru, salah satunya dalam cara berkomunikasi, transaksi jual beli kini dilakukan secara daring. *Live streaming* digunakan perusahaan untuk menjual produk. *Live streaming* mulai berkembang dengan adanya aplikasi TikTok yang menjadi aplikasi favorit untuk melakukan *live streaming*. TikTok Shop sempat mengalami penutupan di bulan Oktober 2023 sehingga penjual tidak dapat berjualan melalui *live streaming*. Salah satu perusahaan yang sering melakukan *live streaming* untuk penjualan adalah Makarizo. Makarizo merupakan merek yang menjual produk perawatan rambut. Makarizo mendalami pasar TikTok dengan melakukan *live streaming* dan membuat konten secara rutin dengan memanfaatkan TikTok Shop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui transisi dari strategi yang dilakukan Makarizo di platform TikTok sebelum, saat, dan setelah penutupan TikTok Shop. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Personal Selling*, *Relationship Selling*, dan *Content Creation*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif sifat deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara. Hasil dari penelitian ini adalah Makarizo mengaplikasikan setiap konsep pada aktivitas *live streaming* sebelum, saat, dan setelah penutupan TikTok Shop. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kegiatan *live selling* Makarizo bertransisi dalam bagian pesan, selama penutupan TikTok Shop, konsumen diarahkan untuk melakukan pembelian ke *e-commerce* lain. Setelah TikTok Shop kembali dibuka, Makarizo menciptakan strategi baru yaitu *live tematik*. Dalam membangun relasi, Makarizo lebih mudah berelasi saat ada TikTok Shop, selama penutupan TikTok Shop komunikasi lebih renggang karena konsumen diarahkan untuk melakukan pembelian di luar TikTok. Terdapat penyesuaian juga dalam pembuatan konten Makarizo dalam *call to action* yang diberikan pada akhir video.

Kata Kunci: *Live Streaming*, TikTok Shop, *Personal Selling*, *Relationship Selling*, *Content Creation*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

TRANSITION ON MAKARIZO'S LIVE SELLING ACTIVITIES DURING THE CLOSING OF TIKTOK SHOP IN 2023

(Clarissa Kurniawan)

ABSTRACT

Technological developments open new opportunities in communication, with buying and selling transactions. Companies use live streaming to sell products, and TikTok became the most used platform. TikTok Shop was closed in October 2023, preventing selling activities on TikTok. Makarizo, a hair care brand is exploring the TikTok market by doing live streaming and creating content regularly using TikTok Shop. This research aims to determine the transition of strategies carried out by Makarizo on the TikTok platform before, during, and after the closure of the TikTok Shop. The concepts used in this research are Personal Selling, Relationship Selling, and Content Creation. This type of research is qualitative descriptive. This research uses a case study method with data collection techniques in the form of interviews. The result of this research is that Makarizo applies each concept to live streaming activities before, during and after the closure of the TikTok Shop. This research concludes that Makarizo's live selling activities transitioned to the message section, during the closure of the TikTok Shop, consumers were directed to make purchases to other e-commerce sites. After the TikTok Shop reopened, Makarizo created a new strategy, namely thematic live. In building relationships, it was easier for Makarizo to connect when there was a TikTok Shop, during the closure of the TikTok Shop communication was easier because consumers were directed to make purchases outside of TikTok. There are also adjustments in the creation of Makarizo content in the call to action given at the end of the video.

Key Words: *Live Streaming, TikTok Shop, Personal Selling, Relationship Selling, Content Creation*

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Akademis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5.3 Keterbatasan Penelitian.....	10
BAB II KERANGKA KONSEP	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Konsep	19
2.2.1 <i>Live Streaming</i>	19
2.2.2 <i>Direct Marketing</i>	24
2.2.3 <i>Personal Selling</i>	25
2.2.4 <i>Relationship Selling</i>	29
2.2.5 <i>Content Creation</i>	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	34
3.3 Metode Penelitian	34
3.4 Pemilihan Informan Penelitian	35
3.4.1 Cantika Oryza Savira (<i>Brand Activation</i>)	36

3.4.2	Priskilla Theresia Tetrasetya (<i>Live Stream Host</i>).....	36
3.4.3	Putiari Alaina Rizki (<i>Content Creator</i>).....	37
3.4.4	Kevin Sanly Putera (<i>Dosen Komunikasi</i>)	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.1	Data Primer	38
3.5.1.1	Wawancara	38
3.5.2	Data Sekunder	38
3.5.2.1	Jurnal.....	38
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	38
3.7	Teknik Analisis Data	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	40
4.1.1	Objek Penelitian	40
4.1.2	Subjek Penelitian.....	41
4.2	Hasil Penelitian	44
4.2.1	Strategi Makarizo Sebelum Penutupan TikTok Shop.....	50
4.2.2	Strategi Makarizo Saat Penutupan TikTok Shop.....	71
4.2.3	Strategi Makarizo Setelah TikTok Shop Kembali Buka.....	83
4.3	Pembahasan	97
4.3.1	Makarizo Menerapkan Konsep <i>Personal Selling</i> Sebelum, Saat, dan Setelah Penutupan TikTok Shop	97
4.3.2	Makarizo Menerapkan Konsep <i>Relationship Selling</i> Sebelum, Saat, dan Setelah Penutupan TikTok Shop.....	109
4.3.3	Makarizo Menerapkan Konsep <i>Content Creation</i> Sebelum, Saat, dan Setelah Penutupan TikTok Shop	113
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	117
5.1	Simpulan.....	117
5.2	Saran.....	120
5.2.1	Saran Akademis	120
5.2.2	Saran Praktis.....	120
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	126

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4. 1 Transisi Strategi Aspek Personal Selling	44
Tabel 4. 2 Transisi Strategi Tahapan Personal Selling	46
Tabel 4. 3 Transisi Strategi Relationship Selling	47
Tabel 4. 4 Transisi Strategi Content Creation	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna E-Commerce di Indonesia (2024)	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Live Stream Shopping di Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Keuntungan Memiliki Live Streaming Platform.....	3
Gambar 1. 4 Platform Berbelanja Media Sosial.....	4
Gambar 1. 5 Preferensi Konsumen dalam Berbelanja	5
Gambar 1. 6 Kategori Industri Kecantikan	6
Gambar 1. 7 Top of Mind Produk Perawatan Pribadi.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	32
Gambar 4. 1 Cantika Oryza Savira	42
Gambar 4. 2 Priskilla Theresia Tetrasetya	42
Gambar 4. 3 Putiari Alaina Rizki	43
Gambar 4. 4 Kevin Sanly Putera.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Lembar Pengecekan Turnitin.....	126
Lampiran B Form Bimbingan Skripsi.....	127
Lampiran C Daftar Pertanyaan Wawancara.....	128
Lampiran D Transkrip Wawancara.....	130
Lampiran E Pattern Matching.....	170
Lampiran F Dokumentasi Wawancara.....	181
Lampiran G CV Peneliti.....	183



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA