

**STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL PADA BRAND  
CLOTHING SCAPP.ID PASCA PENUTUPAN TIKTOK SHOP**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

SKRIPSI

**Jason Liando**

**00000052541**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL PADA BRAND  
CLOTHING SCAPP.ID PASCA PENUTUPAN TIKTOK SHOP**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Jason Liando**

**0000052541**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**I**

Strategi Konten Media..., Jason Liando, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jason Liando  
NIM : 00000052541  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:  
Strategi Konten Media Sosial Pada Brand Clothing SCAPP.ID Pasca Penutupan  
TikTok Shop  
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, 31 Mei 2024



(Jason Liando)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

Strategi Konten Media Sosial Pada Brand Clothing SCAPP.ID Pasca Penutupan  
TikTok Shop

Oleh

Nama : Jason Liando  
NIM : 00000052541  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 3 Juni 2024

Pembimbing



Digitally signed by Eko Hadi Saputro  
Reason: I am approving this document  
Location: Universitas Multimedia  
Nusantara  
Date: 2024-05-31 17:33+07:00

Eko Hadi Saputro, S.E., M.M  
NIDN 0303056102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.05.31  
18:01:09 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
NIDN 0304078404

III

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Strategi Konten Media Sosial Pada Brand Clothing SCAPP.ID Pasca Penutupan  
TikTok Shop

Oleh

Nama : Jason Liando  
NIM : 00000052541  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

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

Ketua Sidang

Penguji



Digitally signed by  
Mujiono Sandim  
Date: 2024.07.01  
09:59:20 +07'00'

Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 0315108802



Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.  
NIDN 0331077503

Pembimbing



Digitally signed by Eko Hadi Saputro  
Reason: I am approving this document  
Location: Universitas Multimedia  
Nusantara  
Date: 2024-07-01 10:08+07:00

Eko Hadi Saputro, S.E., M.M  
NIDN 0303056102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah  
Bangun  
2024.07.01  
10:26:12 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.  
NIDN 0304078404

IV

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jason Liando  
NIM : 00000052541  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah : Strategi Konten Media Sosial Pada  
Brand Clothing SCAPP.ID Pasca  
Penutupan TikTok Shop

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Jason Liando)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

“STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL PADA BRAND CLOTHING  
SCAPP.ID PASCA PENUTUPAN TIKTOK SHOP”

Dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana S.I.Kom. Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
  2. Bapak Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
  3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
  4. Bapak Eko Hadi Saputro, S.E., M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
  5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
  6. Pacar saya yang setia mendukung saya dalam pengerjaan skripsi ini.
- Semoga karya ilmiah ini bisa bermanfaat sebagai sumber informasi bagi orang lain.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Jason Liando)

# STRATEGI KONTEN MEDIA SOSIAL PADA BRAND CLOTHING SCAPP.ID PASCA PENUTUPAN TIKTOK SHOP

(Jason Liando)

## ABSTRAK

*TikTok Shop sedang sangat hangat diperbincangkan karena dapat membantu UMKM memasarkan produk dengan mudah. Salah satu brand clothing yang cukup sukses dalam penjualannya di TikTok Shop adalah SCAPP.ID. Namun, belakangan TikTok Shop diblokir oleh pemerintah sehingga SCAPP.ID media pemasaran TikTok Shop yang dimana sangat membantu penjualan harus diberhentikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi konten media sosial yang digunakan, serta pengalihan media pemasaran SCAPP.ID pasca penutupan TikTok Shop. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Demi mendapatkan hasil yang diinginkan dari penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam kepada Founder SCAPP.ID, Co- Founder SCAPP.ID, dan konsumen setia SCAPP.ID, yang kemudian data tersebut akan dilakukan triangulasi serta dilakukan pencocokkan dengan teknik analisis data pattern matching. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa SCAPP.ID melakukan diversifikasi dan konsistensi konten media sosial. Konten yang dibuat pun menggunakan kedua rute persuasi yaitu rute sentral dan periferal, menyesuaikan platform media sosial yang digunakan.*

**Kata kunci:** Strategi Konten Media Sosial, Media, brand



# ***Clothing Brand SCAPP.ID's Social Media Content Strategy After***

## ***The Blocking of TikTok Shop***

(Jason Liando)

### ***ABSTRACT***

*TikTok Shop is very much discussed because it can help MSMEs market their products easily. One clothing brand that is quite successful in selling on the TikTok Shop is SCAPP.ID. However, recently TikTok Shop was blocked by the government so that SCAPP.ID, the marketing media for TikTok Shop, which really helped sales, had to be stopped. This research aims to find out how social media content strategies are used, as well as the diversion of SCAPP.ID marketing media after the closure of the TikTok Shop. This type of research is descriptive qualitative. In order to obtain the desired results from this research, researchers will conduct in-depth interviews with the Founder of SCAPP.ID, Co-Founder of SCAPP.ID, and loyal consumers of SCAPP.ID, after which the data will be triangulated and matched using pattern matching. The results of this research show that SCAPP.ID has diversified and consistent social media content. The content created also uses both persuasion routes, namely the central and peripheral routes, depending on the social media platform used.*

***Keywords:*** *Social Media Content Strategy, Media, Brand*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	II
HALAMAN PERSETUJUAN.....	III
HALAMAN PENGESAHAN .....	IV
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....	V
KATA PENGANTAR.....	VI
ABSTRAK .....	VII
<i>ABSTRACT</i> .....	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.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Kegunaan Penelitian .....	8
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	9
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	9
1.5.3 Kegunaan Sosial .....	9
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	9
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 <i>Elaboration Likelihood Model</i> .....	19
2.3 <i>Digital Marketing</i> .....	21
2.4 Kerangka Pemikiran.....	22
2.5 Alur Penelitian.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Paradigma Penelitian.....	25
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	26

3.3	Metode Penelitian.....	27
3.4	Key Informan dan Informan (Studi Kasus)/Unit Analisis (Analisis Isi)	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6	Keabsahan Data.....	30
3.7	Teknik Analisis Data.....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>33</b>
4.1	Subjek/Objek Penelitian.....	33
4.1.1	Profil Informan.....	33
4.1.2	Objek Penelitian.....	36
4.1.3	Proses Pemilihan Informan .....	37
4.2	Hasil Penelitian.....	37
4.2.1	Strategi Konten Media Sosial yang digunakan SCAPP.ID .....	37
4.2.2	Dampak Penurunan Penjualan dan <i>Awareness</i> Produk.....	44
4.2.3	Penurunan <i>Traffic</i> dan <i>Engagement</i> .....	44
4.2.4	Pengalihan Media Pemasaran Pasca Penutupan <i>TikTok Shop</i> ....	46
4.3	Pembahasan .....	49
4.3.1	Analisis Strategi Konten Media Sosial SCAPP.ID .....	49
4.3.2	Dampak Penutupan <i>TikTok Shop</i> .....	53
4.3.3	Pengalihan Media Pemasaran Pasca Penutupan <i>TikTok Shop</i> ....	55
4.3.4	<i>Elaboration Likelihood Model</i> .....	56
4.3.5	Menjangkau <i>Market</i> .....	57
4.3.6	<i>Digital Marketing</i> .....	60
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>64</b>
5.1	Simpulan .....	64
5.2	Saran.....	65
5.2.1	Saran Akademis .....	65
5.2.2	Saran Praktis .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>67</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Tabel Penjualan SCAPP.ID Q3 2023

7

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

15



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rekor penjualan <i>TikTok Live Shop</i> Dr. Richard Lee	2
Gambar 1.2 <i>Instagram Account</i> SCAPP.ID	4
Gambar 1.3 Akun <i>Shopee</i> SCAPP.ID	5
Gambar 1.4 Akun <i>Tokopedia</i> SCAPP.ID	5
Gambar 1.5 Akun <i>TikTok</i> SCAPP.ID	6
Gambar 2.1 Alur Penelitian	24
Gambar 4.1 Konten <i>TikTok</i> SCAPP.ID	39
Gambar 4.2 Konten <i>TikTok</i> SCAPP.ID	40
Gambar 4.3 Konten <i>TikTok</i> SCAPP.ID	41
Gambar 4.4 Konten <i>Instagram</i> SCAPP.ID	42
Gambar 4.5 Komentar <i>Instagram</i> SCAPP.ID	43
Gambar 4.6 <i>Video Endorse</i> Selebgram SCAPP.ID di <i>TikTok</i>	43
Gambar 4.7 <i>TikTok Live Shop</i> SCAPP.ID	46
Gambar 4.8 Peningkatan Konten <i>Instagram</i> SCAPP.ID	47
Gambar 4.9 Konten <i>Shopee</i> SCAPP.ID	49
Gambar 4.10 Konten <i>TikTok</i> SCAPP.ID	50
Gambar 4.11 Katalog <i>Instagram</i> SCAPP.ID	51
Gambar 4.12 Konten <i>How To Style</i> SCAPP.ID	52
Gambar 4.13 Katalog <i>Instagram</i> SCAPP.ID	53
Gambar 4.14 Akun <i>Tokopedia</i> SCAPP.ID	56
Gambar 4.15 <i>Shopee Live</i> Akun Lain	59
Gambar 4.16 Suasana <i>Offline Store</i> SCAPP.ID	60



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil <i>TurnItIn</i>	70
Lampiran B Form Bimbingan Skripsi	77
Lampiran C Transkrip Wawancara <i>Founder SCAPP.ID</i> (Winter Winata)	78
Lampiran D Foto Wawancara <i>Founder SCAPP.ID</i> (Winter Winata)	85
Lampiran E Transkrip Wawancara <i>Co-Founder SCAPP.ID</i> (Febby Huang)	86
Lampiran F Transkrip Wawancara Akademisi (Magda Harahap, M.A)	90
Lampiran G Foto Wawancara Akademisi (Magda Harahap, M.A)	95
Lampiran H Transkrip Wawancara Konsumen SCAPP.ID (Evelyn Widjaja)	96
Lampiran I Foto Wawancara Konsumen SCAPP.ID (Evelyn Widjaja)	99
Lampiran J Wawancara Tambahan dengan Winter Winata ( <i>Founder SCAPP.ID</i> )	100

