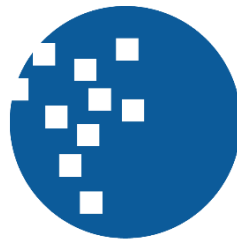


**STRATEGI *AFFILIATE MARKETING* OLEH
MSMO.MEN DI TIKTOK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Kenneth Welnysun

00000055364

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**STRATEGI *AFFILIATE MARKETING* OLEH
MSMO.MEN DI TIKTOK**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Kenneth Welnysun
00000055364**

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

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kenneth Welnysun

Nomor Induk Mahasiswa **00000055364**

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

STRATEGI *AFFILIATE MARKETING* OLEH MSMO.MEN DI TIKTOK

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Juni 2025



(Kenneth Welnysun)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Strategi *Affiliate Marketing* oleh MSMO.MEN di TikTok

Oleh

Nama : Kenneth Welnysun
NIM : 00000055364
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 09 Juli 2025
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

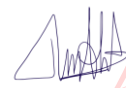
Ketua Sidang



Digitally signed by
Intan Primadini
Date: 2025.07.29
06:35:13 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Penguji



Digitally signed
by Selvi Amalia
Date: 2025.07.29
05:53:33 +07'00'

Selvi Amalia, S.Pi. M.Si.
NIDN 0325108004

Pembimbing



Dr. Ag Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si.
0306067003

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.29
09:35:26 +07'00'

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kenneth Welnysun
NIM : 00000055364
Program Studi : Strategic Communication
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Strategi *Affiliate Marketing* oleh
MSMO.MEN di Tiktok

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ 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 bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 Juni 2025



(Kenneth Welnysun)

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan penyertaan-Nya selama proses penulisan skripsi ini hingga akhirnya dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul **“Strategi *Affiliate Marketing* oleh MSMO.MEN di Tiktok”** ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Atas segala bantuan dan dukungan tersebut, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

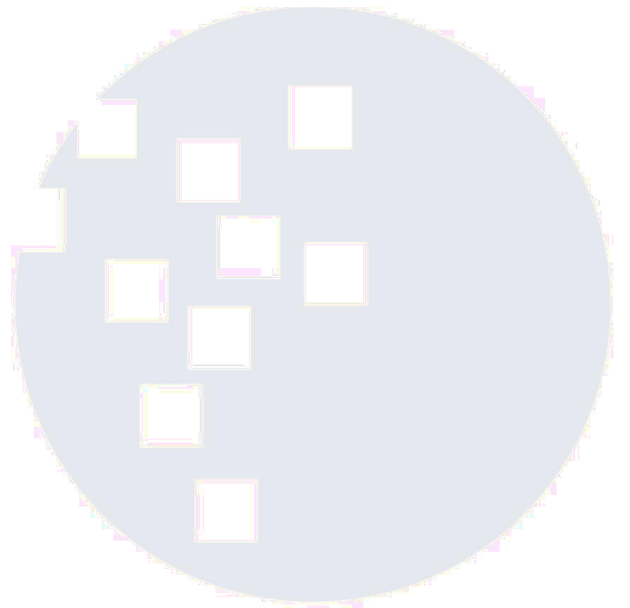
1. Dr. Andrey Andoko, M.Sc selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Dr. Ag Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si., selaku Penguji Sidang yang telah memberikan evaluasi, dan penilaian dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
6. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si., selaku ketua sidang yang telah memimpin jalannya sidang tugas akhir dan memberikan masukan yang membangun bagi tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
8. Seluruh narasumber yang menyempatkan waktunya dalam berdiskusi mengenai topik yang penulis angkat.
9. Shyanice Aurlane Clarichia, yang telah memberikan dukungan penuh untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Teman-teman yang telah memberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan tugas akhir ini

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi ladang manfaat dan referensi untuk para pembaca, khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik dalam memahami topik yang diangkat.

Tangerang, 18 Juni 2025



(Kenneth Welnysun)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI *AFFILIATE MARKETING* OLEH

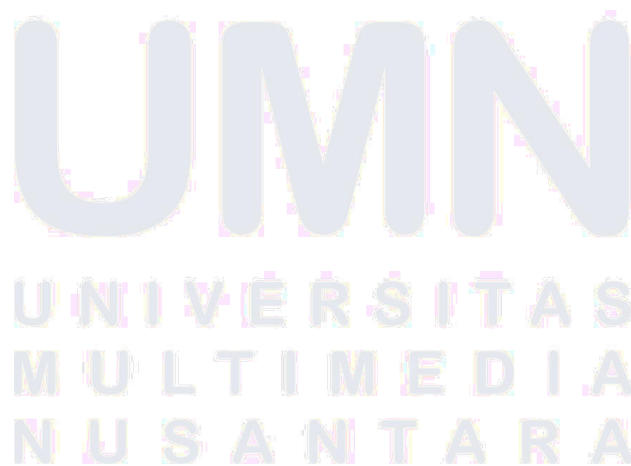
MSMO.MEN DI TIKTOK

(Kenneth Welnysun)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran afiliasi MSMO.MEN di TikTok berdasarkan tujuh tahapan dari Yildiz (2021), yaitu: menentukan platform, memilih *niche*, bergabung dalam program afiliasi, membuat konten yang relevan, mengarahkan *traffic*, mendapatkan klik, dan mengonversi klik menjadi penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MSMO.MEN melaksanakan ketujuh tahapan tersebut secara sistematis dan terintegrasi ke dalam komunikasi pemasaran terpadu (IMC), dengan peran afiliator sebagai pelaksana utama strategi. Strategi yang diterapkan bersifat kolaboratif, adaptif terhadap dinamika TikTok, dan menekankan pendekatan soft selling melalui konten kreatif yang sesuai dengan karakteristik audiens.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, IMC, Pemasaran Afiliasi



STRATEGI *AFFILIATE MARKETING* OLEH

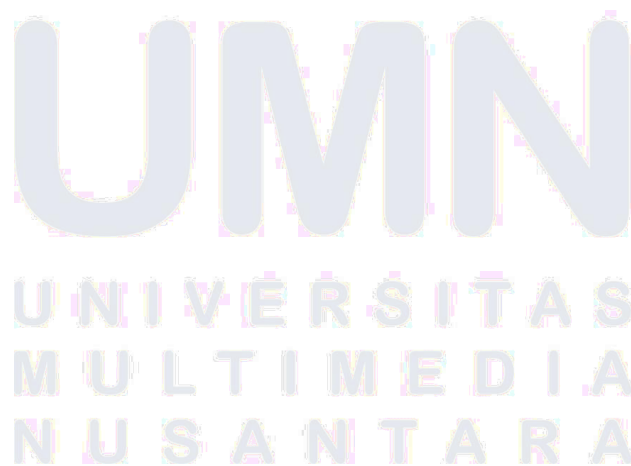
MSMO.MEN DI TIKTOK

(Kenneth Welnysun)

ABSTRACT

This study aims to analyze MSMO.MEN's affiliate marketing strategy on TikTok by referring to the seven stages of Yildiz (2021): decide on a platform, choose your niche, find affiliate program to join, create meaningful content, drive traffic to your affiliate site, get clicks on your affiliate links, and convert clicks to sales. The findings indicate that MSMO.MEN carries out all seven stages in a systematic and structured manner, integrating them into its overall Integrated Marketing Communication (IMC) strategy. Affiliators serve as key executors by creating engaging content that combines entertainment, education, and interactivity, while also maintaining alignment with the brand's communication guidelines. The strategy emphasizes collaboration, adaptability to TikTok trends, and a soft selling approach that builds audience trust and encourages long-term engagement.

Keywords: *Marketing Communication, IMC, Affiliate Marketing*



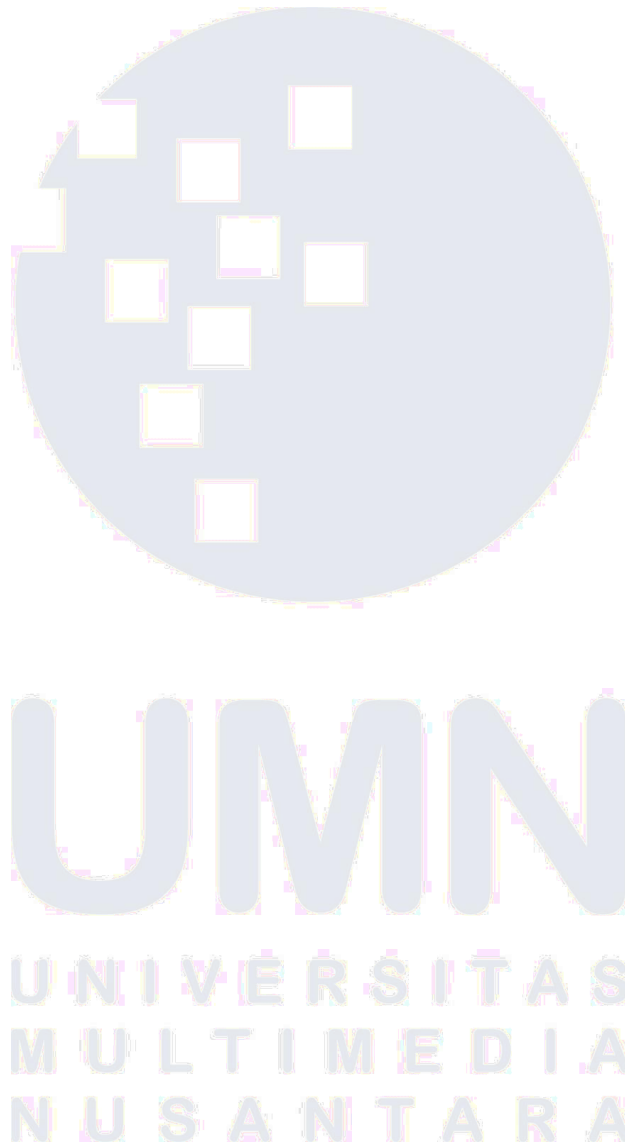
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	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.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Kegunaan Penelitian	11
1.5.1 Kegunaan Akademis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	11
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Konsep	17
2.2.1 Konsep <i>Marketing Communication</i>	17
2.2.2. Konsep <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	19
2.2.3. Konsep <i>Affiliate Marketing</i>	22
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	29
3.3 Metode Penelitian	29

3.4	Pemilihan Informan	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data	32
3.6	Keabsahan Data	32
3.7	Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	35
4.1.1.	Objek Penelitian	35
4.1.2.	Subjek Penelitian	36
4.2	Hasil Penelitian	39
4.2.1.	Strategi Komunikasi <i>Brand</i> dalam Menyusun dan Menyampaikan Pesan di TikTok	39
4.2.2.	Integrasi Pesan dan Kolaborasi antara <i>Brand</i> dengan Afiliator ..	41
4.2.3.	Tahapan Strategi <i>Affiliate Marketing</i>	42
4.3	Pembahasan	53
4.3.1.	<i>Decide on a Platform</i>	53
4.3.2.	<i>Choose Your Niche</i>	56
4.3.3.	<i>Find Affiliate Programs to Join</i>	58
4.3.4.	<i>Create a Meaningful Content</i>	59
4.3.5.	<i>Drive Traffic to your Affililiate Site</i>	60
4.3.6.	<i>Get Clicks on your Affiliate Links</i>	62
4.3.7.	<i>Convert Clicks to Sales</i>	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66
5.2.1	Saran Akademis	66
5.2.2	Saran Praktis	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		69

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.4 1 Daftar Informan.....	31



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Social Media Platform Ranked by Active Users	2
Gambar 1. 2 The Most Common Channel Used by Influencer Marketing Brands. 3	
Gambar 1. 3 Komisi Eksklusif Afiliator MSMO.MEN.....	9
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4 1 Logo MSMO.MEN.....	35
Gambar 4 2 Dasbor Performa TikTok Shop Affiliate	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin (Wajib Ada).....	69
Lampiran B. Konsultasi Form (Wajib Ada).....	70
Lampiran C. Lembar Persetujuan dan Transkrip.....	71
Lampiran D. Transkrip Wawancara.....	76
Lampiran E. Dokumen Coding.....	106
Lampiran F. Dokumen Wawancara.....	128

