

**ANALISIS TEMATIK KONTEN DI *TIKTOK* PADA
AKUN @nazwaadinda_02 DALAM MEMASARKAN
PRODUK FASHION**

SKRIPSI

**SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**



Disusun oleh

Asri Kumala

2070201162

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

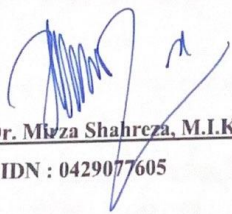
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

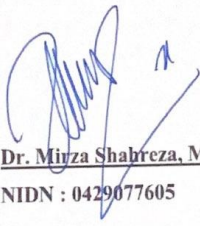
Judul Skripsi : ANALISIS TEMATIK KONTEN DI *TIKTOK* PADA AKUN
@nazwaadinda_02 DALAM MEMASARKAN PRODUK FASHION

Diajukan Oleh : ASRI KUMALA
Nim : 2070201162
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
NIDN : 0429077605

Dosen Pembimbing



Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
NIDN : 0429077605

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS TEMATIK KONTEN DI *TIKTOK* PADA AKUN
@nazwaadinda_02 DALAM MEMASARKAN PRODUK FASHION

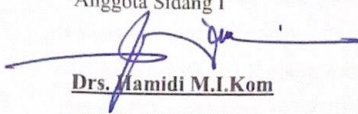
Oleh : Asri Kumala
NIM : 2070201162
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Telah diujikan pada tanggal : 4 Agustus 2024

Ketua sidang


Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN : 042907760

Anggota Sidang I


Drs. Hamidi M.I.Kom

NIDN : 0405106606

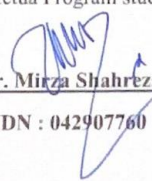
Anggota Sidang II


Ade Siti Khaeriah, M.I.Kom

NIDN : 8911220021

Mengetahui

Ketua Program studi Ilmu komunikasi


Dr. Mirza Shahreza, M.I.K

NIDN : 042907760

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Asri Kumaala
NIM : 2070201162
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tempat tanggal lahir : Tangerang, 08 Desember 2002
Alamat : Ds.Lontar, Rt 006/02 Kel. Lontar Kec.Kemiri
Kab. Tangerang

Tugas akhir dalam bentuk Skripsi yang berjudul:

“Analisis Tematik Konten di TikTok pada Akun @nazwaadinda_02 dalam Memasarkan Produk Fashion”

- A. adalah benar disusun/dibuat oleh saya sendiri, dan jika kemudian hari diketahui berdasarkan bukti-bukti yang kuat ternyata Skripsi tersebut dibuatkan orang lain atau diketahui bahwa Skripsi tersebut merupakan plagiat/menjiplak hasil karya orang lain, dengan ini saya siap menerima pencabutan/pembatalan Gelar Akademik dan siap mengulang penyusunan Skripsi dari awal.
- B. Bahwa seluruh dokumen (fotokopi ijazah, fotokopi transkrip nilai) dan lain-lain sebagai persyaratan sidang adalah asli milik saya pribadi dan dapat saya pertanggungjawabkan keasliannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Tangerang, 4 Agustus 2024



Asri Kumala

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

“Tetap Berusaha Meski Hampir Putus Asa Dan Harus Tetap Haus Nyari Tau”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah Subhanahu wa ta'ala
2. Suami saya Tercinta Ayi Mursali
3. Kedua orang tua, Ibu Subur dan Bapak Sair
4. Kedua orang tua, Ibu Siti Jawar dan Bapak Amyadi
5. Diri saya sendiri, Asri Kumala, yang mampu bertahan sampai di titik ini
6. Dosen pembimbing bapak Dr. Mirza Shahreza, M.I.K
7. Teman-teman seperjuangan di program studi ilmu komunikasi

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Alhamdulillahirabbil 'alamin.

Segala puji syukur kepada Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan berkah, rahmat, hidayah, dan petunjuk kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan mengucapkan "Allahumma Shalli'ala Muhammad Wa'ala Alihi Syaidina Muhammad," orang-orang senantiasa mengucapkan shalawat dan salam kepada Baginda Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam, yang telah membawa manusia dari dunia jahiliyah ke dunia yang cerah dan penuh ilmu pengetahuan saat ini. Tugas akhir skripsi ini adalah bagian dari Program S1 Ilmu Komunikasi Konsentrasi Advertising di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang. "Analisis Tematik Konten di TikTok pada Akun @nazwaadinda_02 dalam Memasarkan Produk Fashion" adalah judul skripsi. Pada kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu dan memberi dukungan moral dan materi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini, yang semoga mendapat pahala dari Allah Subhanahu wa ta'ala. Dengan segala kemurahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. H. Ahmad Amarullah, S.Pd, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Tangerang
2. Dr. H. Achmad Kosasih, M.M selaku pimpinan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang
3. Nurhakim, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang
4. Fitria Santi, S.Ag., M.I.Kom selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang
5. Dr. Mirza Shahreza, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang
6. Fitri Susiswani Isbandi, M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi
7. Dr. Mirza Shahreza, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi Advertising yang sudah berjuang bersama-sama dalam penyusunan skripsi
9. Suami tercinta Ayi Mursali yang telah memberikan dukungan materi, selain itu membantu proses skripsi disela sela kesibukannya yang sangat berharga kasih sayang, dan cinta yang tulus dalam setiap langkah proses sampai detik

ini Terima kasih atas segala dukungan dan kehadirannya yang sangat berarti yang takan dilupakan bagi penulis sampai selamanya.

10. Serta ibu Subur yang ikut mendukung proses saya dalam skripsi dengan menjaga saya agar tetap sehat selalu dalam keadaan apapun.
11. Kedua Orang Tua, Bapak Amyadi dan Ibu Siti Jawar
12. Sahabat Aldi, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan yang tak ternilai selama proses penyusunan skripsi ini. Bantuannya telah membantu masa perkuliahan hingga di titik ini
13. Teman-teman Ilmu Komunikasi Advertising yang sudah berjuang bersama-sama dalam penyusunan skripsi
14. Dan seluruh pihak yang membantu dalam penulisan ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan ke depan. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tangerang, 4 Agustus 2024

Penulis

Asri kumala

NIM. 2070201162

ABSTRAK

TikTok berfungsi sebagai media promosi yang kuat untuk berbagai bisnis dan lembaga untuk mempromosikan bisnis mereka karena memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan audiens yang lebih besar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana TikTok memasarkan produk fashion pada akun TikTok @nazwaadinda_02. Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, and Action) digunakan dalam penelitian ini. Metode penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif. Studi ini menggunakan metode observasi pada akun TikTok @nazwaadinda_02 dengan 50 video sampel. Hasil penelitian menemukan 3 tema kategori bahwa Attention Interest (AI) dengan visual menarik dan suara populer mampu menarik perhatian dan minat meskipun tidak memiliki link penjualan. Tema Attention Interest Action (AIA) menampilkan visual menarik, suara populer dengan link penjualan di bio atau caption, dan pertanyaan interaktif tetapi tanpa deskripsi produk, cukup untuk mendorong tindakan (Action) melalui link penjualan tersebut. Tema Attention Interest Desire Action (AIDA) memadukan visual menarik, suara populer, link penjualan, rekomendasi pakaian, deskripsi pakaian, *review* produk, dan pertanyaan interaktif. TikTok terbukti sebagai media promosi yang efektif karena kontennya yang menarik dan interaktif dapat meningkatkan penjualan produk fashion.

Kata Kunci: Nazwa Adinda, Produk Fashion, Teori AIDA, TikTok

ABSTRACT

Businesses and institutions can use TikTok to promote their ventures, allowing them to connect with a broader audience. This research aims to understand how TikTok is used to promote fashion items on the TikTok account of @nazwaadinda_02. In this research, the AIDA theory (Attention, Interest, Desire, and Action) is used. The study employs a descriptive approach and is qualitative in nature. The study uses an observation method on the TikTok account @nazwaadinda_02 with a sample of 50 videos. The study uses an observation method. TikToks role as a promotional medium is highly beneficial, as it makes other users more interested and aware of the fashion products being promoted. The content created by Nazwa Adinda is able to attract the attention and interest of viewers through trends, visuals, and popular music. Furthermore, the content that provides comprehensive information about fashion products can trigger the desire (Desire) and action (Action) to purchase these products. This study finds that the TikTok account @nazwaadinda_02 can be used to promote fashion products in a creative and engaging manner. By presenting appealing and relevant content, Nazwa Adinda successfully builds a strong relationship with her audience, enhances brand awareness, and increases the potential for selling the promoted fashion items.

Keywords: AIDA Theory, Fashion Products, Nazwa Adinda, TikTok

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
MOTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Fokus Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Pemanfaatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1. Landasan Al-Quran atau Hadis	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODELOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Deskripsi Subjek/Objek dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.3 Tempat dan waktu penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.

4.1	Profil Tiktok Nazwa Adinda	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Tematik Konten di Tiktok pada Akun (@Nazwaadinda_02) dalam Memasarkan Produk Fashion	Error! Bookmark not defined.
4.3	PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
5.2	SARAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN HASIL CODING 50 VIDEO TERPILIH ...		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV. 1 Hasil Coding AIDA dan 3 Kategorisasi pada Akun Tiktok Nazwa Adinda	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV. 2 Hasil Coding dan Kategorisasi AIDA Akun Tiktok Nazwa Adinda	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil TikTok Nazwa Adinda dengan jumlah pengikut 3,2jt ..**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Profil TikTok Nazwa Adinda dengan jumlah pengikut 3,3jt**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Wawancara Shoppe Affiliate di Youtube Shopee Indonesia **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 Gambar tema konten Rekomendasi Cargo 100K..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 4 Komentar Followers terkait kategorisasi AIDA..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 5 Komentar Followers terkait kategorisasi AIDA..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 6 Gambar tema konten Antimainstream Jeans .**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 7 Gambar tema konten Jeans Unik.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 8 Komentar Followers terkait kategorisasi AIDA..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 9 Gambar tema konten Cute Daily Outfit**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 10 Komentar Followers terkait kategorisasi AIDA..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 11 Gambar tema konten unik Dailywear.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 12 Komentar Followers terkait kategorisasi AIDA..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 13 Gambar tema konten Kebaya Hitam**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 14 Komentar Followers terkait kategorisasi AIDA..... **Error! Bookmark not defined.**

