

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO
“MATAHARI TEXTILE BUSANA” KEDIRI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial (S,Sos)



Oleh:

YUNI PRATAMA

NIM: 9.335.127.19

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI

2024

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO
“MATAHARI TEXTILE BUSANA” KEDIRI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:

YUNI PRATAMA

NIM: 9.335.127.19

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN
ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO
“MATAHARI TEXTILE BUSANA” KEDIRI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

YUNI PRATAMA

NIM: 9.335.127.19

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Moch Muwaffiqillah, M.Fil.I.
NIP. 19771130 200312 1 002

Pembimbing II



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si.
NIP. 19801014 200912 2 002

NOTA DINAS

Kediri, 27 Mei 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Institut Agama Islam Negeri Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini

Nama : YUNI PRATAMA
Nim : 933512719
Judul : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TOKO "MATAHARI TEXTILE BUSANA" KEDIRI
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK

Setelah diperbaiki materi dan susunanya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah emenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas ketersediaan bapak, kami ucapkan terima kasih.

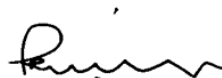
Wassalamualaikum, Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Moch Muwaffiqillah, M. Fil.I.
NIP. 19771130 200312 1 002

Pembimbing II



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M. Si.
NIP. 19801014 200912 2 002

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 28 Juni 2024

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : YUNI PRATAMA
Nim : 933512719
Judul : ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN
TOKO “MATAHARI TEXTILE BUSANA” KEDIRI
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK

Setelah diperbaiki materi dan susunanya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada 12 Juni 2024, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas ketersediaan bapak, kami ucapkan terima kasih.

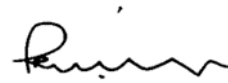
Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Moch Muwaffiqillah, M.Fil.I.
NIP. 19771130 200312 1 002

Pembimbing II



Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si
NIP. 19801014 200912 2 002

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO
“MATAHARI TEXTILE BUSANA” KEDIRI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

YUNI PRATAMA

NIM. 9.335.127.19


Telah diujikan didepan Sidang Munaqasah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 12 Juni 2024.

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Prilani, M.Si.

NIP. 19780421 200501 1 002

(..........)

2. Penguji I

Moch Muwaffiqillah, M.Fil.I.

NIP. 19771130 200312 1 002

(..........)

3. Penguji II

Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si.

NIP. 19801014 200912 2 002

(..........)

Kediri, 27 Mei 2024

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah


Dr. H. A. Halil Thahir, M.HI
NIP. 197111212005011006

MOTTO

“... Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

(QS. Al-Baqarah: 216)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah yang tiada batas kepada Allah SWT yang telah memberi kesehatan serta memberi daya kekuatan lahir dan batin. Sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang kunantikan syafaatnya kelak di hari kiamat. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Cinta pertama dan sekaligus menjadi sosok yang menginspirasi penulis yaitu Ayahanda Abdul Choliq. Terimakasih atas tiap tetes keringat dalam setiap langkah mencari nafkah untuk memenuhi kebutuhan finansial penulis selama ini. Serta ribuan do'a yang telah dilantarkan untuk keberhasilan penulis dalam menggapai cita-citanya ini.
2. Pintu surgaku dan sekaligus menjadi panutan penulis untuk menjadi sosok perempuan yang kuat, penyayang dan memiliki kesabaran yang tinggi yaitu Ibunda Suwarni. Terimakasih atas kasih sayang, semangat, ridho, dan do'a yang terselip disetiap sholatnya demi keberhasilan penulis mewujudkan harapan dirinya dan semua orang.
3. Adek-adek tercinta Dwi dan Naswa yang selalu memberikan dukungan secara finansial kepada penulis.
4. Abah Drs. H. Achmad Kirom dan amma Dr. Hj. Munifah, M.Pd. selaku Pengasuh Pondok Pesantren Al-Fath Rejomulyo Kota Kediri yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada peneliti. Terimakasih atas ridho dan doanya untuk setiap proses yang penulis tempuh.
5. Teman-teman mahasantri Pesantren Pelajar Al-Fath terkhusus kamar Shofiyah 3, yang telah berjuang bersama hingga akhir perkuliahan ini.

6. Teman-teman Viarytales yang telah kebersamai dan memberi semangat baru ketika penulis berada dititik terendah dalam hidup.
7. Noviary Sulistyoy, Lia Rahmawati, Lusi Anggraini dan Wulantika yang selalu mendukung keputusan yang penulis ambil, sahabat yang selalu mengulurkan tangannya agar penulis bangkit kembali dan tidak terus berlarut dalam kesedihan. Terimakasih selalu menemani dan memberikan pelukan hangat bagi penulis dalam setiap prosesnya. Tak lupa Tiana, Aginda, dan Tiara yang juga turut mewarnai hari-hari penulis.
8. Kepada Dendi Ahlunnazar yang tak kalah penting kehadirannya, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, dan waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
9. Yuni Pratama, terimakasih sudah menepikan ego dan terus berusaha bangkit untuk jauh lebih baik dari sebelumnya. Kamu sangat berharga, teruslah berjuang tanpa ada rasa dendam untuk siapapun. Penulis berjanji, kamu akan baik-baik saja setelah ini.

Semoga dengan segala kebaikan yang telah diberikan menjadi amal baik dan mendapatkan balasa yang berlipat ganda dari Allah SWT.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YUNI PRATAMA

Nim : 9335.127.19

Program Studi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Fakultas : USHULUDDIN DAN DAKWAH

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 27 Mei 2024
Yang membuat pernyataan



YUNI PRATAMA
NIM. 9335.127.19

ABSTRAK

YUNI PRATAMA, Dosen pembimbing Dr. Moch Muwaffiqillah, M.Fil.I. dan Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si.: Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Toko "Matahari Textile Busana" Kediri dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial TikTok, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri, 2024.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Meningkatkan Penjualan, TikTok.

Dengan perkembangan yang cukup pesat, masyarakat menggunakan internet sebagai media komunikasi sehari-hari yang merambah pada dunia bisnis, industri dan pendidikan. TikTok adalah salah satu *platform* media sosial yang memiliki 126,86 miliar pengguna aktif di Indonesia. Toko "Matahari Textile Busana" Kediri memanfaatkan peluang tersebut untuk meningkatkan penjualannya. Teori SOSTAC dipilih peneliti karena dianggap relevan untuk menganalisis kegiatan komunikasi pemasaran di era digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran toko "Matahari Textile Busana" Kediri dalam meningkatkan penjualan melalui media sosial TikTok.

Metode yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan tahap observasi lapangan, wawancara mendalam dengan lima informan, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini merupakan pemilik serta karyawan toko "Matahari Textile Busana" Kediri. Data penelitian merupakan data primer dan sekunder. Analisis data yang digunakan peneliti adalah model interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyampaian data, dan penarikan kesimpulan atau *verifikasi*. Untuk pengecekan keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran toko "Matahari Textile Busana" Kediri menerapkan enam elemen SOSTAC yaitu *situation, objectives, strategy, tactics, action, dan control*. Situasi lingkungan toko "Matahari Textile Busana" Kediri timbul persaingan antara usaha produk yang sama. Objektif menunjukkan toko telah memposisikan diri sebagai penyedia kain kebaya, batik dan seragam kepada target pasar. Strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan TikTok sebagai media pemasaran online dengan mengunggah video konten dan promo pada *live* TikTok. Taktik merancang konsep video konten, *hashtag* dan *caption* agar pesan dapat disampaikan kepada konsumen. *Action* atau tindakan menentukan alur waktu mengunggah di TikTok sesuai dengan jenis konten dan *live*. Tahap kontrol dilakukan pemilik dengan melihat penghasilan atau omzet. Setiap langkah dalam SOSTAC memiliki peran penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Namun secara keseluruhan, *objektive* menjadi kunci utama. Tanpa tujuan yang jelas, akan sulit untuk menentukan strategi yang tepat, mengevaluasi taktik yang efektif dan mengukur keberhasilan komunikasi pemasaran.

KATA PENGANTAR

Bismillāhirrahmānirrahīm

Ucapan Alhamdulillah peneliti haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat yang senantiasa terhaturkan untuk Nabi Muhammad SAW hingga penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Toko “Matahari Textile Busana” Kediri dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial TikTok” dapat terselesaikan sebagai sebuah pemenuhan persyaratan dalam menyelesaikan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam tingkat strata satu (S-I).

Peneliti juga mengucapkan kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan hingga dapat diselesaikannya penelitian ini. Oleh sebab itu, peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Wahidul Anam, M. Ag sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
2. Dr. H. A. Halil Thahir, M.H.I. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
3. Siti Amanah, M.Si. sebagai Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
4. Dr. Moch Muwaffiqillah, M. Fil.I dan Dr. Prima Ayu Rizqi Mahanani, M.Si. sebagai dosen pembimbing skripsi, dan Dr. Prilani, M.Si sebagai penguji utama.
5. Seluruh dosen dan karyawan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
6. Seluruh staff perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

7. Abah H. Ahmad Kirom dan Ibu Hj. Munifah selaku pengasuh Pesantren Pelajar Al-Fath Kota Kediri, yang selalu memberikan nasehat, motivasi, dukungan serta doanya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, dan terima kasih telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu agama.
8. Bapak Abdul Choliq dan Ibu Suwarni, selaku Orang tua penulis serta kepada keluarga besar yang selalu memberikan perhatian, kasih sayang, motivasi serta dukungannya dalam bentuk do'a maupun perbuatan sehingga terselesaikan skripsi ini.
9. Kepada semua teman dan sahabatku yang tidak semua disebutkan oleh penulis.

Semoga dengan keridhaan dari semua pihak atas penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sebab tercapainya pendidikan yang akan membawa semua orang pada kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Kediri, 27 Mei 2004

Yuni Pratama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Penelitian Terdahulu.....	10
F. Definisi Konsep.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Strategi.....	16
B. Komunikasi Pemasaran	16
C. Strategi Komunikasi Pemasaran	17

D. TikTok	19
E. Teori SOSTAC.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	24
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Sumber Data.....	25
D. Prosedur Pengumpulan Data.....	27
E. Analisis Data.....	30
F. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	34
G. Tahap-tahap Penelitian	35
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	40
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
1. Gambaran Umum Toko “Matahari Textile Busana” Kediri	40
2. Sejarah Toko “Matahari Textile Busana” Kediri	40
3. Visi dan Misi Toko “Matahari Textile Busana” Kediri	42
4. Struktur Pegawai.....	43
5. Letak Geografis	44
6. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	45
B. Paparan Data.....	48
C. Temuan Penelitian.....	58
BAB V PEMBAHASAN	62
BAB VI PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	74

Daftar Rujukan	75
Lampiran-lampiran	76
Riwayat Hidup	81