

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KONTEN
KREATOR TIKTOK @KEDIRI.FOODIES DALAM MENDORONG
MINAT BELI MASYARAKAT DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh:

FEBRY NUR AISYIYAH

NIM. 21103040

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2025

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KONTEN
KREATOR TIKTOK @KEDIRI.FOODIES DALAM MENDORONG
MINAT BELI MASYARAKAT DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

dalam menyelesaikan program Sarjana Sosial (S.Sos.)

Oleh:

FEBRY NUR AISYIYAH

NIM. 21103040

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2025

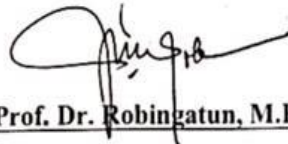
HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KONTEN
KREATOR TIKTOK @KEDIRI.FOODIES DALAM MENDORONG
MINAT BELI MASYARAKAT DI KOTA KEDIRI**

FEBRY NUR AISYIYAH
NIM. 21103040

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Prof. Dr. Robingatus, M.Pd.I

NIP. 196904081998032002

Pembimbing II



Siti Amanah, M.Si

NIP.197912122011012005

NOTA DINAS

Nomor : Kediri, 22 Desember 2025
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Febry Nur Aisyiyah
NIM : 21103040
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator
TikTok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat
Beli Masyarakat di Kota Kediri

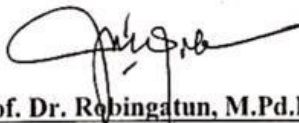
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu(S1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

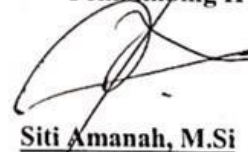
Pembimbing I



Prof. Dr. Robingatun, M.Pd.I

NIP. 196904081998032002

Pembimbing II



Siti Amanah, M.Si

NIP.197912122011012005

NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, 22 Desember 2025
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

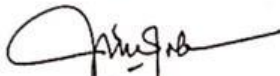
Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Febry Nur Aisyiah
NIM : 21103040
Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator
TikTok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat
Beli Masyarakat di Kota Kediri

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan arahan serta saran yang telah diberikan dalam sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 16 Desember 2025 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Prof. Dr. Robingatun, M.Pd.I

NIP.196904081998032002

Pembimbing II



Siti Amanah, M.Si

NIP.197912122011012005

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KONTEN KREATOR
TIKTOK @KEDIRI.FOODIES DALAM MENDORONG MINAT BELI
MASYARAKAT DI KOTA KEDIRI

FEBRY NUR AISYIYAH

NIM. 21103040

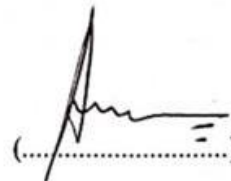
Telah diujikan di depan sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri pada
tanggal 16 Desember 2025

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Prilani, M.Si

NIP. 197804212005011002

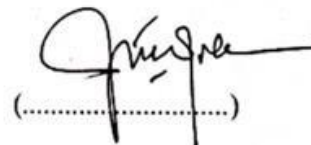


(.....)

2. Penguji 1

Prof. Dr. Robingatun, M.Pd.I

NIP. 196904081998032002

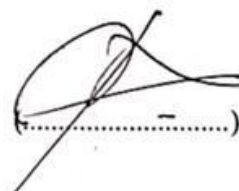


(.....)

3. Penguji 2

Siti Amanah, M.Si

NIP. 197912122011012005



(.....)

Kediri, 22 Desember 2025

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Syekh Wasil Kediri

Prof. Dr. A. Halil Thahir, M.HI

NIP. 197111212005011006

MOTTO

*“Sukses bukan tentang menjadi yang terbaik.
Sukses adalah tentang menjadi lebih baik dari hari kemarin.”
(Fight for My Way)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan nikmat, kesehatan, serta kekuatan lahir dan batin yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, suri teladan sepanjang zaman, yang syafa'atnya selalu penulis harapkan di hari akhir.

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kepada orang tua saya yaitu Ibu Sundari Al-Ipin Sugianti dan Bapak Maryono Sosok luar biasa yang menjadi pilar kekuatan dalam hidup penulis. Terima kasih atas segala doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material yang tidak pernah putus. Ibu dan Bapak adalah sumber inspirasi terbesar, yang selalu memberikan semangat di saat penulis berada di titik terendah, serta tidak pernah lelah mengingatkan untuk terus berjuang dan tidak mudah menyerah. Setiap tetes keringat dan pengorbanan yang telah Ibu dan Bapak berikan menjadi motivasi terbesar dalam menyelesaikan studi ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi bukti kecil dari besarnya cinta dan rasa terima kasih penulis kepada kalian berdua.
2. Kepada dosen pembimbing yang terhormat, Ibu Prof. Dr. Robingatun, M.Pd.I dan Ibu Siti Amanah, M.Si, Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis sampaikan atas segala bimbingan, arahan, serta kesabaran yang telah Ibu dan Bapak berikan selama proses penyusunan skripsi ini.

3. Kepada Tim @kediri.foodies, Terima kasih atas sambutan yang hangat, dan keterbukaan dalam memberikan informasi selama proses penelitian ini. Semoga akun @kediri.foodies terus menjadi inspirasi dan wadah yang mendukung UMKM serta dunia kuliner di Kediri.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Febry Nur Aisyiyah

NIM : 21103040

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator TikTok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri” ini benar-benar tulisan saya dan bukan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada perguruan tinggi. Sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim dan telah disebutkan dalam daftar pustaka

Apabila ternyata dalam skripsi ini dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan maka saya bersedia bertanggung jawab dan menerima resiko yang diberikan.

Kediri, 22 Desember 2025

Yang membuat pernyataan



Febry Nur Aisyiyah

21103040

ABSTRAK

FEBRY NUR AISYIYAH, Dosen Pembimbing (1) Prof. Dr. Robingatun, M.Pd.I. dan Dosen Pembimbing (2) Siti Amanah, M.Si. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri, Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, UIN Syekh Wasil Kediri, 2025.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital, Konten Kreator TikTok, Minat Beli Masyarakat

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi komponen utama dalam strategi komunikasi pemasaran. Dengan semakin banyaknya masyarakat Indonesia, terutama di Kediri, yang telah mengakses internet, hal ini menciptakan peluang menjanjikan bagi manajemen untuk mempromosikan produk mereka melalui media sosial, khususnya TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi Pemasaran digital yang digunakan akun tiktok @kediri.foodies dalam mendorong minat beli masyarakat di Kota Kediri serta faktor-faktor yang memengaruhi strategi tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan pemilik akun tiktok @kediri.foodies, 3 pengikutnya serta 3 pemilik usaha yang pernah berkolaborasi dengan @kediri.foodies. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, serta keabsahan data diuji dengan teknik triangulasi sumber. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Strategi Komunikasi oleh Onong Uchjana Effendy.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan sejalan dengan Onong Uchjana Effendy melalui tiga Tujuan utama Strategi Komunikasi yaitu *To Secure Understanding*, *To Establish Acceptance*, dan *To Motivate Action*. Strategi pertama tampak dari penyajian pesan yang jelas, informatif, dan mudah dipahami. Strategi kedua tercermin dari upaya membangun kepercayaan *audiens*. Adapun strategi ketiga terbukti mendorong tindakan nyata, ditandai dengan meningkatnya kunjungan dan pembelian produk setelah konten diunggah. Selain itu, terdapat empat faktor yang memengaruhi strategi, yaitu mengenali sasaran komunikasi, situasi dan kondisi, pemilihan media komunikasi, dan pengkajian tujuan pesan. Secara keseluruhan, strategi dan faktor pendukung tersebut terbukti mampu membangun kepercayaan, ketertarikan, dan mendorong tindakan membeli pada *audiens* terhadap rekomendasi kuliner yang disajikan.

KATA PENGANTAR

BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang senantiasa menyertai dalam setiap langkah. Berkat karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator TikTok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri” ini dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sang pembawa risalah kebenaran, yang menjadi teladan utama dalam menuntut ilmu dan menjalani kehidupan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat berbagai kekurangan. Namun demikian, terselesaikannya penelitian ini tidak lepas dari dukungan, masukan, serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini. Adapun ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Wahidul Anam, M. Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
2. Prof. Dr. H. A. Halil Thahir, M.H.I. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
3. Siti Amanah, M.Si. sebagai Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.

4. Prof. Dr. Robingatun, M.Pd.I dan Siti Amanah, M.Si sebagai dosen pembimbing skripsi, dan Dr.Prilani, M.Si sebagai penguji utama.
5. Seluruh dosen dan karyawan Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
6. Seluruh staff perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
7. Ucapan terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada Ibu Sundari Al-Ipin Sugianti dan Bapak Maryono atas cinta, doa, serta dukungan yang tak pernah henti, baik dalam bentuk moril maupun materil. Segala pengorbanan dan restu yang diberikan menjadi sumber kekuatan dan semangat bagi penulis dalam menjalani proses pendidikan hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat seperjuangan, Franisita Meisya Wardani, S. Antika Putri Hapsari dan Silma Afifah, yang selalu hadir memberikan semangat, bantuan, serta menemani dalam setiap proses perjalanan ini. Kehadiran kalian menjadi tempat berbagi keluh kesah, tawa, dan semangat, yang begitu berarti hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Isti Nur Aini teman semasa SMP yang hingga kini tetap menjalin silaturahmi dan memberikan dukungan secara moril. Kehadiran kalian menjadi bagian berharga dalam perjalanan hidup penulis, yang turut memberi semangat dan kenangan indah hingga proses ini dapat dilalui.

10. Penulis menyampaikan terima kasih kepada teman-teman KKN 103 atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang turut memberi inspirasi serta pengalaman berharga yang mendukung tersusunnya skripsi ini.
11. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan doa, dukungan, serta bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Dan yang tak kalah penting, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, atas keteguhan hati dan usaha tanpa henti dalam menghadapi setiap proses yang penuh tantangan. Terima kasih telah mampu bertahan, mengelola tekanan, dan tidak menyerah meski dalam situasi tersulit sekalipun. Menyelesaikan skripsi ini dengan penuh dedikasi adalah bentuk pencapaian yang layak dihargai dan dibanggakan. Semoga langkah ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih kuat, lebih bijak, dan penuh harapan ke depan.

Semoga dengan adanya keridhaan dari seluruh pihak atas tersusunnya penelitian ini, dapat membawa manfaat serta menjadi wasilah dalam meraih pendidikan yang memberi keberkahan, kebahagiaan di dunia, dan keselamatan di akhirat.

Kediri, 22 Desember 2025

Febry Nur Aisyiyah

21103040

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
NOTA PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Masalah	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu	8
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Strategi Komunikasi	16
B. Pemasaran Digital	18
C. Teori <i>Social Influence</i> (Teori Pengaruh Sosial)	22
D. Minat Beli	23

BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	25
B. Kehadiran Penelitian	26
C. Lokasi Penelitian	27
D. Data dan Sumber Data	27
E. Teknik Pengumpulan Data	29
F. Instrumen Pengumpulan Data	32
G. Pengecekan Keabsahan Data	33
H. Teknik Analisis Data	34
I. Tahap-tahap Penelitian	36
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	39
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	39
1. Profil dan Sejarah @kediri.foodies	39
2. Profil Subjek Penelitian	41
B. Paparan Data	42
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator TikTok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri	43
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator Tiktok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri	51
C. Temuan Penelitian	54
1. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator TikTok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri	55
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator Tiktok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri	56

BAB V PEMBAHASAN	58
A. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator TikTok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri.....	58
B. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten Kreator Tiktok @kediri.foodies dalam Mendorong Minat Beli Masyarakat di Kota Kediri	66
BAB VI PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Informan	42
-------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil TikTok @kediri.foodies	39
Gambar 5.1 Informasi yang terdapat di Video @kediri.foodies	60
Gambar 5.2 Konsistensi Penguploadan @kediri.foodies.....	62
Gambar 5.3 Interaksi @kediri.foodies dengan pengikutnya.....	63
Gambar 5.4 Video yang menyesuaikan Kondisi.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	79
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian	85
Lampiran 3 Dokumentasi	86
Lampiran 4 Lembar Konsultasi Penyelesaian Skripsi	88
Lampiran 5 Riwayat Hidup	90