

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Komunikasi Pemasaran Bago Home Decor Melalui Media Sosial TikTok” ini ditulis oleh Moh Riski, NIM. 126304212103, dengan pembimbing Agus Widodo, M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bago Home Decor melalui media sosial TikTok serta untuk menganalisis efektivitas penggunaannya dalam meningkatkan penjualan produk. TikTok dipilih karena memiliki pertumbuhan pengguna yang pesat dan fitur interaktif yang memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara langsung dan masif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Bago Home Decor melalui TikTok dilakukan dengan membuat konten kreatif secara rutin, termasuk konten produk, edukasi, keseharian karyawan, serta live streaming. TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan awareness, interaksi, dan konversi penjualan. Hal ini ditunjukkan dari meningkatnya jumlah pengikut akun @bagohomedecor, peningkatan jumlah penonton konten, serta pertumbuhan omzet dan pengunjung toko sejak TikTok digunakan sebagai media utama pemasaran. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan media sosial yang efektif dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran Bago Home Decor. Melalui pendekatan konten yang menarik dan penggunaan fitur interaktif, TikTok berhasil membantu meningkatkan penjualan dan memperkuat hubungan antara brand dan konsumen di era digital.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi pemasaran, Bago Home Decor, Media sosial, TikTok

ABSTRACT

The thesis entitled "Marketing Communication of Bago Home Decor Through TikTok Social Media" was written by Moh Riski, NIM 126304212103, Islamic Communication and Broadcasting Study Program, supervised by Agus Widodo, M.Si.

This research aims to understand the marketing communication strategies employed by Bago Home Decor through the social media platform TikTok and to analyze the effectiveness of its use in boosting product sales. TikTok was chosen due to its rapid user growth and interactive features that enable businesses to reach consumers directly and extensively. The study uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques including interviews, observations, and documentation. The results show that Bago Home Decor's marketing communication strategy on TikTok involves regularly creating creative content such as product showcases, educational posts, employee daily activities, and live streaming. TikTok has proven effective in increasing brand awareness, engagement, and sales conversion. This is evidenced by the rise in followers on the @bagohomedecor account, increased content viewership, and growth in revenue and store visitors since TikTok was adopted as a primary marketing medium. Thus, it can be concluded that TikTok is an effective social media platform to support Bago Home Decor's marketing communication strategy. Through appealing content and the use of interactive features, TikTok has successfully helped improve sales and strengthen the relationship between the brand and its consumers in the digital era.

Keywords: Strategy, Marketing Communication, Bago Home Decor, Social Media, TikTok

الملخص

أعدت هذه الرسالة الجامعية بعنوان "الاتصال التسويقي لشركة باغو هوم ديكور عبر وسائل التواصل الاجتماعي تيك توك" من تأليف محمد ريسكي، رقم التسجيل الجامعي 126304212103، تحت إشراف الأستاذ أغوس ويدودو، ماجستير في العلوم.

هدف هذه الدراسة إلى تحليل استراتيجيات الاتصال التسويقي لشركة "باغو هوم ديكور" عبر منصة تيك توك وتقييم مدى فعاليتها في تعزيز مبيعات المنتجات. في ظل التطور المتسارع للعصر الرقمي، برزت تيك توك كواحدة من أكثر المنصات شيوعاً لترويج السلع وتعزيز التفاعل مع العملاء. اعتمد البحث المنهج الوصفي النوعي، حيث تم جمع البيانات من خلال المقابلات والملاحظة الميدانية وتحليل كشفت النتائج أن الشركة نجحت في توظيف تيك توك لتعزيز الوعي. الوثائق بالعلامة التجارية وجذب انتباه المستهلكين عبر محتوى مبتكر وغني بالمعلومات، يشمل مقاطع الفيديو التعليمية والبت المباشر. كما أسهمت العروض الترويجية والخصومات الجذابة في تحفيز قرارات الشراء، وهو ما تجلّى في الارتفاع أبرزت الدراسة. الملحوظ لحجم المبيعات بعد اعتماد تيك توك كقناة تسويقية أساسية أيضاً الدور المحوري للتفاعلات الإيجابية في قسم التعليقات وشهادات العملاء في تعزيز ثقة المستهلكين وترسيخ قناعاتهم تجاه المنتجات. وبالتالي، فقد أثبت استخدام تيك توك كأداة للاتصال التسويقي فعاليتها في تحقيق نمو المبيعات وتوطيد العلاقات مع العملاء، مساهماً بشكل فاعل في تطوير أعمال "باغو هوم ديكور" في سوق الأثاث.

الكلمات المفتاحية: الاستراتيجية، الاتصالات التسويقية، ديكور منزل باغو، وسائل التواصل الاجتماعي، تيك توك