

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
DALAM PENINGKATAN PENJUALAN DI DIAN ILMU
*STATIONARY***



**OLEH :
MUHAMMAD FAIQ NASHRULLAH
201810040311352**

**DOSEN PEMBIMBING :
NOVIN FARID SETYO WIBOWO, S.Sos., M.Si**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
2025**

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM
PENINGKATAN PENJUALAN DI DIAN ILMU STATIONARY**

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD FAIQ NASHRULLAH

201810040311352

Telah disetujui

Kamis, 17 Juli 2025

Pembimbing 1



Novin Farid Setvo Wibowo, M.Si.

Wakil Dekan I



Nasrullah Nasrullah, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muhammad Faiq Nashrullah
201810040311352

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Kamis, 17 Juli 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Arum Martikasari, M.Med.Kom. ()
2. Nasrullah, M.Si ()
3. Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si. ()

Mengetahui
Wakil Dekan  Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Najamuddin Khayyat Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Muhammad Faiq Nashrullah
NIM : 201810040311352
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Strategi pengelolaan media social tiktok dalam peningkatan penjualan di Dian Ilmu Stationary

Disetujui,
Pembimbing

Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Bancung 1 Malang Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Topomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 219 (Hunting)
F: +62 341 469 435
E: webmaster@umm.ac.id

PERNYATAAN BERMATERAI

UMM
EST. 1964

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Faiq Nashrullah
NIM : 201810040311352
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PENINGKATAN PENJUALAN DI DIAN ILMU STATIONARY

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 14 April 2025

Yang Menyatakan,



Muhammad Faiq Nashrullah



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tegomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/V/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Muhammad Faiq Nashrullah
No. Induk Mahasiswa : 201810040311352
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi pengelolaan media sosial tiktok dalam peningkatan Penjualan di Dian Ilmu Stationary

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 14 April 2025
Dosen Pembimbing

Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Setani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Triopomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL
STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PENINGKATAN
PENJUALAN DI DIAN ILMU STATIONARY

Oleh :

Muhammad Faiq Nashrullah

201810040311352

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 14 April 2025

Pembimbing I/Promotor

Novin Farid Setyo Wibowo, S. Sos, M.Si

NIP. 10303110440




Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
J. Raya Topomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi


Nama : MUHAMMAD FAIG N.
NIM : 2018 - 352

Hasil Plagiasi: $\frac{23}{6}$

BAB I	16			
BAB II	18			
BAB III	16			

$\frac{03}{6}$

BAB IV	0			
BAB V	15			
BAB VI				









 PROGRAM STUDI 2018
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Muhammad Faiq Nashrullah
2. NIM : 201810040311352
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Strategi pengelolaan media sosial tiktok dalam peningkatan Penjualan di Dian Ilmu Stationary
6. Pembimbing : Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos., M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
21 September 2024	Pengajuan Judul & Bab 1,2,3	
29 November 202	Revisi Bab 2 dan Draft Wawancara	
13 Februari 2025	Revisi Draft Wawancara	
23 Februari 2025	Acc Penelitian	
3 Maret 2025	Revisi Bab 3&4	
14 April 2025	Acc Bab 3,4,5 dan Abstrak	
14 Mei 2025	Seminar hasil	
... Mei 2025	Acc seluruh naskah	

Malang, 14 Mei 2025

Disetujui,

Pembimbing



Novin Farid Setyo Wibowo S.Sos., M.Si.

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Rabu tanggal 14 Mei 2025

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

Nama : Muhammad Faiq Nashrullah

NIM : 201810040311352

Konsentrasi Studi : Ilmu Komunikasi, Peminatan Audio Visual

8. Judul Skripsi : Strategi pengelolaan media sosial tiktok dalam peningkatan Penjualan di Dian Ilmu Stationary

Dihadiri oleh Dosen Penguji

1. Arum Martikasari M.Med.kom.

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing

2. Novin Farid Setyo Wibowo S.Sos., M.Si

Dan dihadiri oleh sejumlah 15 Mahasiswa (presensi terlampir).

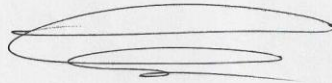
Penyajian dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~ dengan nilai

Mengetahui,

Malang, 14 Mei 2025

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji



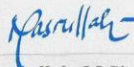
Novin Farid Setyo Wibowo S.Sos., M.Si



Arum Martikasari M.Med.kom.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UMM



Nasrullah, M.Si

ABSTRAKSI

Abstraksi

Strategi Pengelolaan Media Sosial Tiktok Dalam Peningkatan Penjualan Di Dian Ilmu Stationary

Oleh :

Muhammad Faiq Nashrullah – 201810040311352

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan media sosial TikTok dalam meningkatkan penjualan di CV. Dian Ilmu Stationary, sebuah toko alat tulis yang berbasis di Kota Malang. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan tiga informan kunci, serta dokumentasi konten TikTok yang telah dipublikasikan. Penelitian ini menemukan bahwa strategi pengelolaan konten TikTok terdiri dari tiga tahap utama: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahapan tersebut mencakup riset tren, perencanaan dan pembuatan konten kreatif, serta evaluasi performa berdasarkan keterlibatan audiens. Analisis SWOT mengungkapkan bahwa kekuatan utama Dian Ilmu terletak pada kreativitas konten dan pemahaman audiens, sedangkan tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya dan perubahan algoritma TikTok. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan terus melakukan inovasi konten dan memperkuat kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas pemasaran. Kesimpulannya, pengelolaan TikTok yang terstruktur dan responsif terhadap tren memiliki kontribusi signifikan dalam peningkatan penjualan dan citra merek.

Kata Kunci: TikTok, strategi konten, media sosial, pemasaran digital, penjualan, Dian Ilmu Stationary.

Disetujui,
Dosen Pembimbing



Novin Farid Setyo Wibowo,, S,Sos,M.Si.

Peneliti,



Muhammad Faiq Nashrullah

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Pengelolaan Media Sosial TikTok dalam Peningkatan Penjualan di Dian Ilmu Stationery.”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Shalawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang penuh ilmu pengetahuan.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E, M.Si.**, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak **Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak **Nasrullah, M.Si.**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

4. Bapak **Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si.**, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar dan penuh perhatian memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta dukungan akademik kepada penulis selama masa studi.
6. Pihak **Dian Ilmu Stationery** yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan memberikan data serta informasi yang sangat bermanfaat.
7. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan kasih sayang yang tak ternilai harganya.
8. Istri tercinta yang selalu memberikan semangat, pengertian, dan dukungan penuh di setiap langkah perjalanan ini.
9. Anak tersayang yang menjadi sumber semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan setiap tantangan.
10. Teman-teman seperjuangan dan sahabat Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang selalu mendukung dan menemani proses perjalanan akademik penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi dunia akademik, praktisi komunikasi, maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
PERNYATAAN BERMATERAI.....	iv
KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	i
DAFTAR GAMBAR.....	i
DAFTAR LAMPIRAN.....	i
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan dan Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kajian Teoritis.....	6
2.2 Kerangka Konseptual.....	7
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i> (Komunikasi Pemasaran Terpadu) ..	7
2.2.2 Media Sosial.....	10
2.2.3 Media Sosial Tiktok.....	12
2.2.4 Strategi Pengelolaan Media Sosial.....	14
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian.....	17
3.2 Jenis Penelitian.....	17
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	18
3.4 Informan Penelitian.....	18
3.5 Ruang Lingkup dan Objek Penelitian.....	18
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	19

3.7	Teknik Analisis Data	19
3.8	Teknik Keabsahan Data.....	21
BAB IV		23
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		23
4.1	Deskripsi Data Penelitian	23
4.2	Hasil Penelitian.....	26
4.2.1	Strategi Pengelolaan Konten	26
4.2.2	Analisis SWOT	37
4.3	Pembahasan	52
4.3.1	Strategi Pengelolaan Konten	52
4.3.2	Analisis SWOT	61
BAB V		72
KESIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN.....		76



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Informan Penelitian.....	18
Tabel 4.1 Matriks SWOT.....	50



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman.....	20
Gambar 4.1 Akun Tiktok @dianilmuStationary.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

sLampiran 1. Draft Wawancara.....	76
Lampiran 2. Hasil Observasi.....	86

