

KOMUNIKASI PEMASARAN TikTok

Buku ini membahas proses TikTok menjadi salah satu kekuatan utama dalam lanskap komunikasi pemasaran digital modern. Dimulai dengan pembahasan mengenai komunikasi pemasaran dan perubahan perilaku konsumen di era digital, buku ini mengulas bagaimana media sosial telah berevolusi menjadi arena strategis bagi bisnis dari berbagai skala. Pada pembahasan awal pembaca mempelajari elemen penting komunikasi pemasaran digital serta bagaimana perilaku konsumen kini dipengaruhi oleh algoritma, konten singkat, dan fenomena viral. TikTok diperkenalkan sebagai platform yang mengubah cara brand berinteraksi dengan audiens, dengan karakter interaktif yang unik dan kemampuan menciptakan tren dalam waktu singkat.

Buku ini juga menyajikan berbagai studi kasus kampanye brand dan UMKM yang sukses di TikTok, menunjukkan bagaimana strategi konten yang tepat dapat meningkatkan visibilitas, kedekatan emosional, hingga konversi penjualan. Buku ini memudahkan pembaca untuk menyusun strategi konten TikTok yang efektif, mulai dari pendekatan storytelling, pemanfaatan fitur-fitur kreatif, hingga memahami dinamika algoritma FYP.

Tidak hanya bagi brand besar, buku ini memberi porsi penting bagi UMKM, menjelaskan bagaimana TikTok Shop dan ekosistem e-commerce baru membuka peluang besar bagi pelaku usaha lokal. Berbagai strategi praktis dijabarkan agar UMKM dapat memaksimalkan potensi pemasaran melalui konten kreatif, kolaborasi, serta pemahaman tren. Buku ini menegaskan bahwa TikTok bukan sekadar platform hiburan, melainkan ekosistem pemasaran modern yang terus berkembang dan menawarkan peluang besar bagi siapapun yang mampu beradaptasi.

KOMUNIKASI PEMASARAN TikTok



Muhammad Yuansyah Prasetyo
Afrina Sari

KOMUNIKASI PEMASARAN TikTok



Penamuda.com

PT Penamuda Media,
Coba Sideran, Nganten Selatan
penamuda_media



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Muhammad Yuansyah Prasetyo
Nomor Induk Mahasiswa : 2371600327
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan : Komunikasi Pemasaran Dan Humas Perusahaan
Jenjang Studi : Strata 2
Judul : KOMUNIKASI PEMASARAN TIKTOK



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Rabu 21 Januari 2026

Tim Penguji:

Ketua	: Prof. Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si.
Anggota	: Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom.
Pembimbing	: Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si.
Ketua Program Studi	: Prof. Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si.



BERITA ACARA SIDANG TESIS

S/UBL/PPS/501/0701/I/26

Pada hari ini Rabu tanggal 21 Januari 2026 , telah dilaksanakan Ujian Sidang Tesis sebagai berikut:

Judul : KOMUNIKASI PEMASARAN TIKTOK

1. Nama : Muhammad Yuansyah Prasetyo
2. NIM : 2371600327
3. Kosentrasi : Komunikasi Pemasaran Dan Humas Perusahaan
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Pembimbing Utama : Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si.
6. Pembimbing Pendamping :

Berdasarkan penilaian pada Perumusan Masalah, Relevansi Teori dan Bidang Kajian, Metodologi dan Instrument Penelitian, Logika, Penulisan dan Pembahasan dan Penyajian Materi, Maka Mahasiswa tersebut dinyatakan :

LULUS

dengan nilai angka: 90 huruf: A

Mahasiswa tersebut di atas wajib menyerahkan hasil perbaikan Tesis dalam bentuk terjilid sesuai dengan Panduan Revisi Tesis, selambat-lambatnya tanggal

Panitia Penguji:

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. Ketua Penguji | Prof. Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si. (110038) |
| 2. Anggota Penguji | Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom. (160042) |
| 3. Moderator (Pembimbing) | Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si. (140058) |

Keterangan:

Nilai Huruf: A:90-100 A-:85-89,99 B+:80-84,99 B:75-79,99 B-:70-74,99 C+:65-69,99 C:60-64,99 C-:50-59,99 D:40-49,99 E:0-39,99