

**EFEKTIVITAS IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK
MENGUNAKAN METODE EPIC
(STUDI KASUS PADA TIKTOK @TIKTOKMATAHARI)**

HAMIDAH ATH THOHIRA

1702519011



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar
Sarjana Terapan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI D4 PEMASARAN DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2023

***EFFECTIVENESS OF ADVERTISING THROUGH TIKTOK SOCIAL MEDIA
USING THE EPIC METHOD
(CASE STUDY ON TIKTOK @TIKTOKMATAHARI)***

HAMIDAH ATH THOHIRA

1702519011



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis is written to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor's
Degree in Applied Management at the Faculty of Economics, State University Of
Jakarta*

D4 DIGITAL MARKETING STUDY PROGRAMME

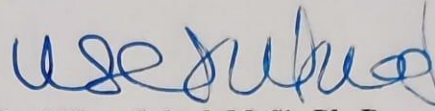
FACULTY OF ECONOMICS STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

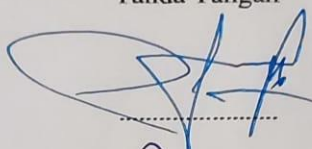
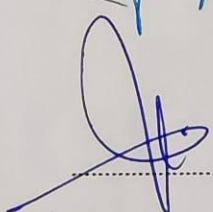
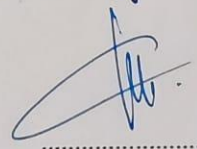
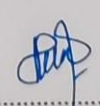
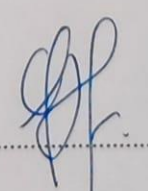
PenanggungJawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M. Si., Ph. D.

NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. NIP 197404162006041001 (Ketua)	
2	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP 197412212008121001 (Penguji 1)	
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M NIP 199308272020122024 (Penguji 2)	
4	Dra. Sholikhah, MM NIP 196206231990032001 (Pembimbing 1)	
5	Ika Febrilia, SE, M.M. NIP 198702092015042001 (Pembimbing 2)	

Nama : Hamidah Ath Thohira
No. Registrasi : 1702519011
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Tanggal Lulus :

F072020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Hamidah Ath Thohira

NIM : 1702519011

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Tiktok Menggunakan Metode Epic (Studi Kasus Pada Tiktok @Tiktokmatahari)” dibuat oleh saya sendiri dan bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat oleh orang lain atau jiplakan karya tulis maupun terjemahan orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya dalam keadaan sadar dan saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku jika terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, 07 Februari 2024

Yang membuat Pernyataan,



Hamidah Ath Thohira
No. Reg. 1702519011

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hamidah Ath Thohira
NIM : 1702519011
Fakultas/Prodi : Ekonomi/D4 Pemasaran Digital
Fakultas/Prodi : Hamidah33445@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Tiktok Menggunakan Metode Epic (Studi Kasus Pada Tiktok @Tiktokmatahari)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Februari 2024
Penulis

(Hamidah Ath Thohira)

ABSTRAK

Hamidah Ath Thoihra, 2023: Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Tiktok Menggunakan Metode Epic (Studi Kasus Pada Tiktok @Tiktokmatahari). Skripsi, Jakarta: Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas iklan Matahari Departement Store melalui media sosial TikTok menggunakan metode EPIC (*Empathy, Persuasion, Impact, Communication*). Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 202 responden dengan kriteria yaitu mempunyai media sosial Tiktok, berdomisili di DKI Jakarta, serta berusia 17- 31 tahun. Penelitian ini menilai empat indikator utama, yaitu *Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication*, yang merupakan bagian dari Metode EPIC. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Metode EPIC sangat efektif dalam melakukan iklan di TikTok berdasarkan respons dari pengikut akun @tiktokmatahari.

Kata Kunci : Efektivitas iklan, *epic model*, media sosial, tiktok, pakaian



ABSTRACT

Hamidah Ath Thoihra, 2023: Effectiveness Of Advertising Through Tiktok Social Media Using The Epic Method (Case Study On Tiktok @Tiktokmatahari). Thesis, Jakarta: Applied Digital Marketing Undergraduate Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.

This research aims to determine the effectiveness of Matahari Department Store advertising via TikTok social media using the EPIC (Empathy, Persuasion, Impact, Communication) method. The sample used in this research consisted of 202 respondents with the criteria being that they had TikTok social media, lived in DKI Jakarta, and were aged 17-31 years. This research assesses four main indicators, namely Empathy, Persuasion, Impact, and Communication, which are part of the EPIC Method. The research results show that the EPIC Method is very effective in advertising on TikTok based on responses from followers of the @tiktokmatahari account.

Keywords: Advertising effectiveness, epic model, social media, tiktok, fashion



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat Menyusun dan menyelesaikan dengan baik skripsi yang berjudul “Efektivitas Iklan Melalui Media Sosial Tiktok Menggunakan Metode Epic (Studi Kasus Pada Tiktok @Tiktokmatahari)”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memnuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan saran dari berbagi pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada lembar persembahan ini penulis berterima kasih kepada :

1. Dra. Sholikhah, SE, M.M, selaku dosen pembimbing yang membantu memberikan saran, bimbingan dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
2. Ika Febrilia, SE, M.M ebagai dosen pembimbing, telah memberikan panduan, saran, dan motivasi, yang berperan dalam membantu penulis menyelesaikan penulisan skripsi.
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
5. Dosen – dosen Program Studi Terapan Pemasaran Digital yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.

6. Teman – teman D4 Pemasaran Digital Angkatan 2019 yang telah memberikan motivasi kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi.
7. Kedua orang tua, kerabat, teman – teman dekat penulis serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang senantiasa memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membacanya.

Jakarta, 15 Desember 2023



Hamidah Ath Thohira

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Periklanan.....	11
B. Media Sosial.....	12
C. Kriteria Periklanan Yang Efektif.....	17
D. TikTok.....	18
E. Aspek Konten TikTok Yang <i>Relatable</i>	19
F. <i>EPIC Model</i>	20

G.	Kerangka Pemikiran	22
H.	Penelitian Terdahulu	23
BAB III METODE PENELITIAN		28
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	28
B.	Desain Penelitian	28
C.	Sumber Data dan Sampel Penelitian	29
D.	Penyusunan Instrumen	31
E.	Teknik Pengumpulan Data	41
F.	Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		46
A.	Analisis Deskriptif	46
B.	Analisis Deskripsi EPIC	51
C.	Analisis Rata-rata EPIC	60
BAB V PENUTUP		65
A.	Kesimpulan	65
B.	Implikasi	66
C.	Keterbatasan Penelitian	66
D.	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA		68
DAFTAR LAMPIRAN		71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun TikTok Uniqlo Indonesia.....	4
Gambar 1. 2 Akun TikTok Ramayana Departement Store.....	5
Gambar 1. 3 Akun TikTok Matahari Departement Store.....	6
Gambar 1. 4 Engagement rate Akun TikTok Matahari Departement Store.....	6



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel/Dimensi dan Indikatornya.....	30
Tabel 3. 2 Bobot Penilaian Likert-Type-type	35
Tabel 3. 3 Bobot Skor	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4. 5 Uji Validitas	42
Tabel 4. 6 Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 7 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Empathy	44
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Persuasion	46
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Impact.....	48
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Communication	51
Tabel 4. 11 Skor Rata-rata EPIC.....	53
Tabel 4. 12 Tingkat Ukuran Efektivitas EPIC	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2 Hasil Tabulasi	76
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	86
Lampiran 4 Hasil Uji Kemiripan Naskah	90
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	91

