

**STRATEGI MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MEMASARKAN INDUSTRI  
KULINER DI BANJARMASIN (STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF AKUN  
@SOBATBANTAS)**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**WARDANA RAHMAWATI**

**NIM 2010114120012**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI  
BANJARMASIN**

**2023**

**TIKTOK SOCIAL MEDIA STRATEGY MARKETING THE CULINARY  
INDUSTRY IN BANJARMASIN (DESCRIPTIVE QUALITATIVE STUDY OF  
THE @SOBATBANTAS ACCOUNT)**

**SARJANA'S THESIS**

**By.**

**WARDANA RAHMAWATI  
REG NUMBER 2010114120012**



**LAMBUNG MANGKURAT UNIVERSITY  
FACULTY TEACHER TRAINING AND EDUCATION  
STUDY PROGRAM OF SOCIOLOGY EDUCATION  
BANJARMASIN**

**2023**

**STRATEGI MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MEMASARKAN INDUSTRI  
KULINER DI BANJARMASIN (STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF AKUN  
@SOBATBANTAS)**

**Skripsi**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Menyelesaikan Program Strata-1 Pendidikan Sosiologi**

**Oleh**

**WARDANA RAHMAWATI**

**NIM 2010114120012**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIALOGI  
BANJARMASIN**

**2023**

**TIKTOK SOCIAL MEDIA STRATEGY MARKETING THE CULINARY  
INDUSTRY IN BANJARMASIN (DESCRIPTIVE QUALITATIVE STUDY OF  
THE @SOBATBANTAS ACCOUNT)**

**Sarjana's Thesis**

**Submitted In Partial Fulfillment One of The Requirement In Completing The  
for Degree of Sarjana's Education Program Strata-1 Studies In Sociology  
Education**

**By.**

**WARDANA RAHMAWATI  
REG NUMBER 2010114120012**

**LAMBUNG MANGKURAT UNIVERSITY  
FACULTY TEACHER TRAINING AND EDUCATION  
STUDY PROGRAM OF SOCIOLOGY EDUCATION  
BANJARMASIN**

**2023**

**STRATEGI MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MEMASARKAN INDUSTRI  
KULINER DI BANJARMASIN (STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF AKUN  
@SOBATBANTAS)**

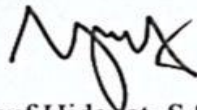
Oleh:

Wardana Rahmawati

NIM 2010114120012

Disetujui untuk Sidang Skripsi

Dosen Pembimbing

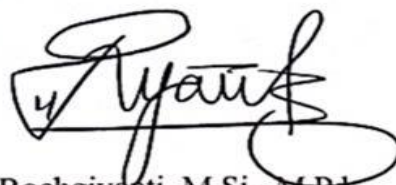


Dr. Yusuf Hidayat, S.Sos., M.Si.

NIP. 197605202005011004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Sosiologi



Dr., Dra. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

NIP. 19621212 198703 2 003

**TIKTOK SOCIAL MEDIA STRATEGY MARKETING THE CULINARY  
INDUSTRY IN BANJARMASIN (DESCRIPTIVE QUALITATIVE STUDY OF  
THE @SOBATBANTAS ACCOUNT)**

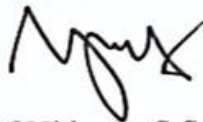
By

Wardana Rahmawati

Reg Number 2010114120012

Approved for Defend

Advisor

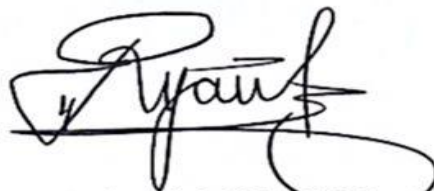


Dr. Yusuf Hidayat, S.Sos., M.Si.

NIP. 197605202005011004

Approved by,

Coordinator Study Program of Sociology Education



Dr., Dra. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.

NIP. 19621212 198703 2 003

## LEMBAR PENGESAHAN DAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Wardana Rahmawati, NIM 2010114120012

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada Senin, 15 Januari 2024

Dewan Penguji



Dr. Yusuf Hidayat, S.Sos., M.Si.

NIP. 19760520 200501 1 004

Ketua



Laila Azkia, S.Sos., M.Si.

NIP. 19870814 201504 2 003

Anggota



Cucu Widaty, S.Pd., M.Pd.

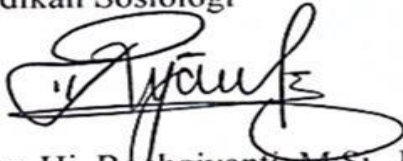
NIP. 19920310 201903 2 018

Anggota

Mengetahui

Koordinator Program Studi

Pendidikan Sosiologi



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd

NIP. 19621212 198703 2 003

Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan

Ilmu Pengetahuan Sosial



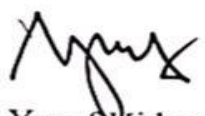
Dr. Sri Sidharta Adytama, M.Si

NIP. 19671003 200212 1 001

**LETTER OF APPROVAL**

Sarjana's Thesis by Wardana Rahmawati, Reg Number 2010114120012  
Has been defended in front of the examining council on Monday, 15 January 2024

**Examining Council**



Dr. Yusuf Hidayat, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19760520 200501 1 004

Chair Person



Laila Azkia, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19870814 201504 2 003

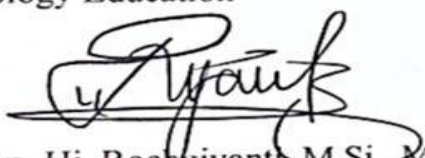
Member



Cucu Widaty, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 19920310 201903 2 018

Member

Approved by  
Coordinator Study Program  
Sociology Education



Dr. Dra. Hj. Rochgiyanti, M.Si., M.Pd.  
NIP. 19621212 198703 2 003

Approved by  
Head of Departement  
Social Science Education



Sidharta Adytama, M.Si  
NIP. 19671003 200212 1 001



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wardana Rahmawati  
NIM : 2010114120012  
Program Studi : Pendidikan Sosiologi  
Jurusan : Pendidikan IPS  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-banar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Hal-hal yang berkaitan dengan teknik penulisan, telah sesuai dengan pedoman penulisan karya ilmiah Program Studi Pendidikan Sosiologi Faktultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.

Banjarmasin, Desember 2023  
Yang membuat pernyataan

  
C8AKX691135939  
Wardana Rahmawati  
2010114120012

## ABSTRAK

Wardana Rahmawati, 2023. Strategi Media Sosial Tiktok dalam Memasarkan Industri Kuliner di Banjarmasin (Studi Kualitatif Deskriptif Akun @Sobatbantas). Skripsi Pendidikan Sosiologi Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing Yusuf Hidayat

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran Digital, Media Sosial, TikTok

Penelitian ini meneliti tentang strategi media sosial TikTok dalam memasarkan industri kuliner di Banjarmasin. Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui gambaran akun @sobatbantas dalam memasarkan industri kuliner di Banjarmasin dengan media sosial TikTok. 2) untuk mengetahui strategi akun @sobatbantas dalam memasarkan industri kuliner di Banjarmasin dengan media sosial TikTok.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif jenis deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun informan penelitian ini adalah videografer, editor, pengisi suara dan admin akun TikTok @sobatbantas. Analisis data dilakukan dengan mereduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Pengujian keabsahan data dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dan triangulasi.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1) dua tarif paket pemasaran pada akun TikTok @sobatbantas yaitu paket 'santai' Rp.700.000,00 video diunggah H plus 15 dari *visit* dan paket 'lakas' Rp.900.000,00 video diunggah H plus 3 dari *visit*. Terdapat tarif tambahan untuk video yang disematkan Rp.250.000,00 selama satu bulan. Jam kerja dimulai pada pagi hari sekitar pukul sembilan, *visit* dimulai pukul dua siang, dan pengeditan video mulai pukul delapan malam. Alat yang digunakan untuk pengambilan dan pengeditan video adalah *handphone*. Akun TikTok @sobatbantas bekerja berdasarkan permintaan *customer*. 2) strategi pengambilan video pemasaran yaitu dilakukan secara berulang-ulang dari *angle* yang berbeda-beda dan dilakukan saat tempat makan ramai pengunjung. Strategi penyuntingan video pemasaran pada akun TikTok @sobatbantas, yaitu: (1) pemberian efek pencerah pada video; (2) penggunaan audio musik yang tetap; (3) pengaturan artikulasi, intonasi dan logat dalam pengisian suara. Strategi pengunggahan video pemasaran pada akun TikTok @sobatbantas, yaitu: (1) strategi penggunaan sampul video; (2) *caption* yang informatif; (3) penggunaan tagar utama; (4) pemanfaatan fitur lokasi pada aplikasi TikTok. Unsur yang selalu ada pada video pemasaran di akun TikTok @sobatbantas, yaitu: (1) iklan; (2) *sales promotion*; (3) komedi sebagai strategi andalan; dan (4) memiliki ciri khas tersendiri.

Bagi masyarakat, agar dapat menggunakan strategi pemasaran digital pada media sosial, maka hendaknya hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu referensi yang berguna untuk para *content creator* yang bergerak dibidang kuliner terkhusus di Kota Banjarmasin. Bagi mahasiswa, sebaiknya melakukan penelitian serupa, terkait pemasaran digital yang menggunakan media sosial lainnya agar dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan.

## ABSTRACT

Wardana Rahmawati, 2023 Tiktok Social Media Strategy Marketing The Culinary Industry in Banjarmasin (Descriptive Qualitative Study of The @Sobatbantas Account) Thesis of Sociology Education Study Program, Departement of Social Education, Univerity of Lambung Mangkurat. Supervisor Yusuf Hidayat

Keyword: Strategy, Digital Marketing, Social Media, TikTok

This research examines TikTok's social media strategy in marketing the culinary industry in Banjarmasin. This research aims 1) to find out an overview of the @sobatbantas account in marketing the culinary industry in Banjarmasin using TikTok social media. 2) to find out the strategy of the @sobatbantas account in marketing the culinary industry in Banjarmasin using TikTok social media.

The research method used is a descriptive qualitative research method. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation. The informants for this research are videographers, editors, voice actors and admins of the TikTok account @sobatbantas. Data analysis is carried out by reducing data, presenting data and verifying data. Testing the validity of the data is done by adding observations, increasing persistence and triangulation.

The research results show that 1) two marketing package rates on the TikTok @sobatbantas account, namely the 'relax' package Rp. 700,000.00 video uploaded H plus 15 from visits and the 'lakas' package Rp. 900,000.00 video uploaded H plus 3 from visits. There is an additional rate for embedded videos Rp. 250,000.00 for one month. Working hours start in the morning at around nine, visits start at two in the afternoon, and video editing starts at eight in the evening. The tool used for taking and editing videos is a cellphone. The TikTok account @sobatbantas works based on customer requests. 2) The strategy for taking marketing videos is to do it repeatedly from different angles and do it when the restaurant is busy with visitors. Marketing video editing strategies on the TikTok @sobatbantas account, namely: (1) providing a brightening effect on the video; (2) constant use of music audio; (3) setting articulation, intonation and accent in voicing. Strategy for uploading marketing videos to the TikTok @sobatbantas account, namely: (1) strategy for using video covers; (2) informative caption; (3) use of the main hashtag; (4) utilization of the location features in the TikTok application. The elements that are always present in marketing videos on the TikTok @sobatbantas account are: (1) advertising; (2) sales promotion; (3) comedy as a mainstay strategy; and (4) has its own characteristics.

For the public, in order to be able to use digital marketing strategies on social media, the results of this research should be a useful reference for content creators working in the culinary sector, especially in the city of Banjarmasin. For students, it would be best to carry out similar research related to digital marketing that uses other social media so that they can contribute to knowledge.

## KATA PENGANTAR

Dengan Memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Strategi Media Sosial Tiktok dalam Memasarkan Industri Kuliner di Banjarmasin (Studi Kualitatif Deskriptif Akun @Sobatbantas)”**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dengan segenap tenaga dan kemampuan yang dimiliki dengan harapan tulisan ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya. Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak sekali memperoleh dukungan moril maupun materil, doa restu serta bimbingan yang sangat berguna. Keberhasilan penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka selayaknya penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si, Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Sunarno Basuki, Drs., M.Kes., AIFO selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Dr., Drs. Sidharta Adyatma, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Dr., Dra. Rochgiyanti, M.Pd., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Dr. Yusuf Hidayat, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan petunjuk, arahan, bimbingan, waktu dan pikiran yang

sangat berguna kepada peneliti serta teguran, kritik, saran positif selama penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Laila Azkia, S.Sos., M.Si. selaku dewan penguji I dan Ibu Cucu Widaty, S.Pd.M.Pd selaku dewan penguji II skripsi yang telah memberikan masukan saran, kritik, dan arahan-arahan dalam penyusunan skripsi
7. Seluruh Bapak/Ibu dan Staff Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah banyak memberikan ilmunya semasa peneliti menempuh pendidikan.
8. Bapak Rahmadi dan Ibu Sulistiawati, Kakak Muhammad Rijali Fahmi dan Adik Ahmad Rome Ramadhani yang selalu mendoakan serta mendukung secara moril dan materil kepada penulis agar senantiasa bersemangat dan optimis dalam menyelesaikan Pendidikan S1 serta keluarga besar yang selalu mendoakan agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Teman hidup penulis Muhammad Juliansyah Wahyudi yang selalu memberikan doa, semangat dan bantuan moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan Pendidikan S1.
10. Sahabat-sahabat penulis semasa menempuh Pendidikan S1 yaitu Noor Amelia Putri dan Putri Dwi Nurrahmi yang selalu memberikan semangat dan bantuan, serta sahabat-sahabat penulis sekalian yaitu Nataya Ilmi, Lusiana Eka Puteri, Maya Julia Dwi Kantie, Rayhan Maulidah, Risa Nur Pahlevi, Almira Reza Febriana, Nabila Nur Oktaviani, Elsa Ermatul Jannah, Aretha Nathaniela Rahman dan Angela Meysa Perdaningtyas yang selalu memberikan semangat agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Informan selaku pemilik akun TikTok @sobatbantaskakak Aulia Rahmida dan Lia Aprillia yang telah bersedia memberikan informasi kepada penulis.
12. Teman-teman seperjuangan dari Program Studi Pendidikan Sosiologi angkatan 2020 yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa, dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan doa, semangat, dan bantuan kepada penulis.

Atas segala bantuan dari semua pihak tersebut, penulis hanya mampu mengucapkan terima kasih tak terhingga dan sembari berdoa agar semuanya dianugerahi balasan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan, sehingga segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan sebagai masukan agar lebih baiknya skripsi ini. Akhirnya, penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi kita semua dan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Banjarmasin, Desember 2023  
Penulis



Wardana Rahmawati  
NIM. 2010114120012

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian .....	13
C. Rumusan Masalah .....	14
D. Tujuan Penelitian .....	14
E. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
A. Strategi Pemasaran Digital.....	16
B. Media Sosial TikTok.....	19
C. Industri Kuliner .....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
A. Alasan Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif .....	26
B. Tempat Penelitian.....	28
C. Sumber Data.....	29
D. Instrumen Penelitian.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Pengujian Keabsahan Data.....	41
H. Jadwal Penelitian.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	49
A. Gambaran Umum Penelitian .....	49

1. Deskripsi Singkat Kota Banjarmasin.....	49
2. Demografi.....	50
3. Industri Pangan dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Banjarmasin .....	51
4. Profil Akun TikTok @Sobatbantas .....	53
B. Hasil Temuan .....	55
1. Gambaran Akun @sobatbantas dalam Memasarkan Industri Kuliner di Banjarmasin dengan Media Sosial TikTok.....	56
a. Tarif Video Pemasaran pada Akun TikTok @sobatbantas.....	56
1) Tarif Paket Pemasaran.....	56
2) Tarif Video Disematkan.....	57
b. Cara Kerja Pemilik Akun TikTok @sobatbantas .....	59
1) Jam Kerja .....	59
2) Alat Kerja.....	60
3) Permintaan <i>Customer</i> .....	61
2. Strategi Akun @sobatbantas dalam Memasarkan Industri Kuliner di Banjarmasin dengan Media Sosial TikTok.....	63
a. Strategi Pengambilan Video pada Akun TikTok @sobatbantas.....	63
b. Strategi Penyuntingan Video pada Akun TikTok @sobatbantas .....	66
1) Strategi Pemberian Efek Pencerah pada Video.....	66
2) Penggunaan Audio Musik yang Tetap .....	67
3) Pengaturan Artikulasi, Intonasi dan Logat dalam Pengisian Suara .....	69
c. Strategi Pengunggahan Video Pemasaran pada Akun TikTok @sobatbantas .....	71
1) Strategi Penggunaan Sampul Video.....	71
2) <i>Caption</i> yang Informatif.....	73
3) Penggunaan Tagar Utama .....	74
4) Pemanfaatan Fitur Lokasi pada Aplikasi TikTok .....	77
d. Unsur yang Selalu ada pada Video Pemasaran di Akun TikTok @sobatbantas .....	78
1) Iklan.....	78



2) <i>Sales Promotion</i> .....	79
3) Komedi sebagai Strategi Andalan.....	80
4) Memiliki Ciri Khas Tersendiri .....	81
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	82
1. Gambaran Akun @sobatbantas dalam Memasarkan Industri Kuliner di Banjarماسin dengan Media Sosial TikTok.....	83
a. Tarif Video Pemasaran pada Akun TikTok @sobatbantas.....	85
1) Tarif Paket Pemasaran.....	85
2) Tarif Video Disematkan .....	86
b. Cara Kerja Pemilik Akun TikTok @sobatbantas .....	87
1) Jam Kerja .....	87
2) Alat Kerja.....	87
3) Permintaan <i>Customer</i> .....	88
2. Strategi Akun @sobatbantas dalam Memasarkan Industri Kuliner di Banjarماسin dengan Media Sosial TikTok.....	89
a. Strategi Pengambilan Video pada Akun TikTok @sobatbantas.....	93
b. Strategi Penyuntingan Video pada Akun TikTok @sobatbantas .....	94
1) Strategi Pemberian Efek Pencerah pada Video.....	94
2) Penggunaan Audio Musik yang Tetap .....	95
3) Pengaturan Artikulasi, Intonasi dan Logat dalam Pengisian Suara .....	96
c. Strategi Pengunggahan Video Pemasaran pada Akun TikTok @sobatbantas .....	97
1) Strategi Penggunaan Sampul Video.....	97
2) <i>Caption</i> yang Informatif.....	98
3) Penggunaan Tagar Utama .....	99
4) Pemanfaatan Fitur Lokasi pada Aplikasi TikTok .....	100
d. Unsur yang Selalu Ada pada Video Pemasaran di Akun TikTok @sobatbantas .....	101
1) Iklan.....	101
2) <i>Sales Promotion</i> .....	102
3) Komedi sebagai Strategi Andalan.....	103

4) Memiliki Ciri Khas Tersendiri .....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
A. Kesimpulan .....	105
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	112

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. 1 Data Akun TikTok Pemasaran Kuliner di Banjarmasin 2023 .....	6
Tabel 1. 2 Data Viewers Terbanyak pada Januari-April pada akun @sobatbantas .....	8
Tabel 3. 1 Daftar Nama Informan .....	30
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Kota Banjarmasin Tahun 2022 .....	50
Tabel 4. 2 Industri Pangan Kota Banjarmasin Tahun 2023 .....	51
Tabel 4. 3 Jumlah UMKM Kota Banjarmasin Tahun 2022 .....	52

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia Tahun 2022 .....	2
Gambar 1. 3 8 Negara dengan Pengguna Aktif Tiktok Terbesar di Dunia .....	4
Gambar 4. 1 Akun TikTok @sobatbantas.....	55
Gambar 4. 2 Tarif Pemasaran pada Akun TikTok @sobatbantas.....	58
Gambar 4. 3 Pengambilan Pengambilan Video Pemasaran .....	61
Gambar 4. 4 Diskusi dengan Customer.....	62
Gambar 4. 5 Pengambilan Video Pemasaran saat Ramai Pengunjung .....	64
Gambar 4. 6 Proses Pengambilan Video Pemasaran dari Angle Depan .....	65
Gambar 4. 7 Proses Pengambilan Video Pemasaran dari Angle Atas .....	65
Gambar 4. 8 Proses Pengeditan Video Pemasaran .....	67
Gambar 4. 9 Penggunaan Audio Musik Akun TikTok @sobatbantas .....	69
Gambar 4. 10 Proses Pengisian Suara Video Pemasaran.....	71
Gambar 4. 11 Sampul pada Video Pemasaran di Akun TikTok @sobatbantas.....	72
Gambar 4. 12 Caption pada Video Pemasaran di Akun TikTok @sobatbantas .....	74
Gambar 4. 13 Tagar pada Video Pemasaran di Akun TikTok @sobatbantas .....	76
Gambar 4. 14 Fitur Lokasi pada Video Pemasaran di Akun TikTok @sobatbantas ..	78
Gambar 4. 15 Promo pada Video Pemasaran di Akun TikTok @sobatbantas .....	80

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 3. 1 Model Analisis Interaktif Milles, Huberman, dan Saldana .....	41
Bagan 4. 1 Gambaran Akun @sobatbantas dalam Memasarkan Industri Kuliner.....	85
Bagan 4. 2 Strategi Akun @sobatbantas dalam Memasarkan Industri Kuliner.....	93

## **DAFTAR LAMPIRAN**

lampiran 1 Pedoman Observasi.....	113
Lampiran 2 Pedoman Wawancara .....	114
Lampiran 3 Pedoman Dokumentasi .....	119
Lampiran 4 Daftar Informan .....	120
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	121
Lampiran 6 Surat Penunjukan Pembimbing .....	123
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Proposal .....	124
Lampiran 8 Lembar Pengesahan Seminar Proposal.....	127
Lampiran 9 Berita Acara Seminar Proposal.....	128
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi.....	129
Lampiran 11 Halaman Pengesahan Seminar Hasil .....	131
Lampiran 12 Berita Acara Seminar Hasil .....	132
Lampiran 13 Revisi Seminar Hasil .....	133
Lampiran 14 Halaman Pengesahan Skripsi.....	135
Lampiran 15 Berita Acara Skripsi.....	136
Lampiran 16 Kartu Bimbingan Artikel .....	137
Lampiran 17 Surat Izin Penelitian Dekan .....	139
Lampiran 18 Surat Telah Melakukan Penelitian.....	140
Lampiran 19 Kartu Seminar.....	141
Lampiran 20 Glosarium .....	143
Lampiran 21 Daftar Riwayat Hidup.....	144