

ANALISIS BENTUK KONTEN DIGITAL TIKTOK TAMAN KOPI SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL: STUDI KASUS AKUN TIKTOK @TAMANKOPI

ADHA DIMAS WINATA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Bentuk Konten Digital TikTok Taman Kopi sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Akun TikTok @tamankopi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Adha Dimas Winata
J1401221030



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ADHA DIMAS WINATA. Analisis Bentuk Konten Digital TikTok Taman Kopi sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Akun TikTok @tamankopi. Dibimbing oleh AMIRUDDIN SALEH.

Perkembangan TikTok mendorong pelaku usaha memanfaatkan konten digital sebagai media pemasaran. Taman Kopi menggunakan TikTok untuk memperkenalkan usahanya, sementara penelitian terdahulu lebih banyak membahas strategi pemasaran atau model AIDA dan masih terbatas mengkaji bentuk konten digital menggunakan model AIDDA. Penelitian ini bertujuan menganalisis bentuk konten digital TikTok Taman Kopi berdasarkan model AIDDA. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka, kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman dengan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk konten digital terdiri atas konten informatif, berbasis tren, *ambience*, dan promosi *soft selling*. Analisis AIDDA menunjukkan bahwa konten mampu menarik perhatian hingga mendorong audiens berkunjung. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan konsistensi unggahan, penguatan karakteristik konten, dan penyampaian informasi yang lebih lengkap.

Kata Kunci: aidda, bentuk konten, pemasaran digital, taman kopi, tiktok

ABSTRACT

ADHA DIMAS WINATA. *Analysis of Digital Content Forms on Taman Kopi's TikTok Account as a Digital Marketing Medium: A Case Study of @tamankopi. Supervised by AMIRUDDIN SALEH.*

The growth of TikTok has encouraged businesses to use digital content for marketing. Taman Kopi utilizes TikTok to introduce its business, while previous studies have mainly focused on marketing strategies or the AIDA model, with limited discussion of digital content forms using the AIDDA model. This study aims to analyze Taman Kopi's digital content based on the AIDDA model. A constructivist paradigm with a qualitative case study approach was employed. Data were collected through observation, interviews, documentation, and literature review, then analyzed using the Miles and Huberman model with source triangulation. The findings show that Taman Kopi publishes informational, trend-based, ambience, and soft-selling promotional content. The AIDDA analysis indicates that the content successfully attracts attention and encourages audiences to visit. The study recommends improving posting consistency, strengthening content characteristics, and providing more comprehensive information.

Keywords: aidda, digital content, digital marketing, taman kopi, tiktok



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

ANALISIS BENTUK KONTEN DIGITAL TIKTOK TAMAN KOPI SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DIGITAL: STUDI KASUS AKUN TIKTOK @TAMANKOPI

ADHA DIMAS WINATA

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Skripsi: Dr. Willy Bachtiar, S.I.Kom, M.I.Kom



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



Judul Laporan Akhir : Analisis Bentuk Konten Digital TikTok Taman Kopi
sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Akun
TikTok @tamankopi

Nama : Adha Dimas Winata
NIM : J1401221030

Disetujui oleh

Pembimbing:

Prof. Dr. Ir. Amiruddin Saleh, M.S.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 1966071719920310003

Tanggal Ujian:
23 Juni 2026

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 sampai bulan Mei 2026 ini ialah Pemasaran Digital pada TikTok Taman Kopi, dengan judul “Analisis Bentuk Konten Digital TikTok Taman Kopi sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Akun TikTok @tamankopi”.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dosen pembimbing Bapak Prof. Dr. Ir. Amiruddin Saleh, M.S., atas segala bimbingan, arahan, masukan, waktu, pikiran, dan juga kesabaran yang diberikan selama proses penulisan proposal, penelitian, hingga skripsi ini.
2. Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Bapak Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
3. Dekan Sekolah Vokasi IPB University Bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
4. Dosen penguji sidang akhir Bapak Dr. Willy Bachtiar, S.I.Kom, M.I.Kom, yang telah bersedia untuk menguji, memberi masukan, saran, dan kritik untuk menyempurnakan penelitian ini.
5. Bapak Ir. Suparman, MM., selaku dosen moderator seminar proposal penelitian atas segala kritik dan saran yang membangun terhadap penulisan penelitian ini.
6. Kak Febrian Setiawan, selaku Staff Marketing Content Creator Marketing Taman Kopi yang telah menerima baik serta membantu penulis selama melakukan penelitian.
7. Bapak Idhar Triyanto, selaku Social Media Specialist Buka Project yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk wawancara.
8. Kak Vincentius Trimawan dan Kak Rasyid, selaku customer Taman Kopi yang telah bersedia untuk di wawancarai dan memberikan jawaban yang objektif.
9. Kedua orang tua penulis, Bapak Amin Mustholih dan Ibu Sunarsiyati atas segala dukungan, motivasi, dan doa yang diberikan hingga sampai ditahap penyusunan skripsi ini.
10. Siti Itsnaeni Hilyati yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, motivasi, serta menemani penulis selama proses penyusunan skripsi ini sekaligus menjadi tempat berbagi cerita dan memberikan semangat.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengentahuan.

Bogor, Juli 2026

Adha Dimas Winata



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Komunikasi Pemasaran	7
2.2 Pemasaran Digital	8
2.3 Bentuk Konten Digital	9
2.4 Media Sosial TikTok	9
2.5 TikTok Taman Kopi	10
2.6 Teori AIDDA	11
2.7 Penelitian Terdahulu	11
2.8 Kerangka Teoritis	18
III METODE	19
3.1 Desain Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu	19
3.3 Data dan Instrumen	20
3.4 Subjek Penelitian	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data	20
3.6 Teknik Keabsahan Data	21
3.7 Teknik Analisis Data	22
3.8 Output Penelitian	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Gambaran Umum Taman Kopi	23
4.2 Bentuk Konten TikTok yang dipublikasikan oleh Taman Kopi	25
4.3 Analisis Bentuk Konten Digital TikTok Taman Kopi Berdasarkan Model AIDDA	33
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	54
RIWAYAT HIDUP	75



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	11
2	Informan penelitian	20
3	Perbandingan gaya komunikasi konten tiktok taman kopi	31

DAFTAR GAMBAR

1	Data pengguna tiktok dari 10 negara di dunia terbanyak pada juli 2025	2
2	Kerangka teoritis	18
3	Akun tiktok taman kopi	25
4	Hook pada konten tiktok taman kopi	35
5	Konten tiktok taman kopi menggunakan storytelling	37
6	Suasana dalam konten tiktok taman kopi	39
7	Konten tiktok taman kopi penyajian informasi	42
8	Konten tiktok yang menampilkan suasana taman kopi	45

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil Wawancara Informan FS (<i>Content Creator Marketing</i>)	56
2	Hasil Wawancara Informan IT (<i>Social Media Specialist</i>)	63
3	Hasil Wawancara Informan VT (<i>Customer</i>)	68
4	Hasil Wawancara Informan R (<i>Customer</i>)	72
5	Dokumentasi dengan narasumber informan	74