

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KONTEN K-POP UNTUK MENINGKATKAN TIKTOK *ENGAGEMENT* PVN *SHOES*

ELLENA ANDJANI ASTINAPUTRI



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten K-Pop untuk Meningkatkan TikTok *Engagement* PVN Shoes” adalah karya saya dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam pustaka di bagian akhir laporan Akhir ini.

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

Bogor, Juli 2025

Ellena Andjani Astinaputri
J0301211191



RINGKASAN

ELLENA ANDJANI ASTINAPUTRI. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten K-Pop untuk Meningkatkan TikTok *Engagement* PVN Shoes. Dibimbing oleh WAHYU BUDI PRIATNA.

Perkembangan media sosial yang pesat mendorong perusahaan untuk memanfaatkan berbagai platform digital guna meningkatkan keterlibatan audiens. Salah satunya adalah platform TikTok yang kini menjadi salah satu media sosial paling diminati, khususnya oleh generasi Z dan milenial. PVN Shoes, sebagai merek fashion lokal, berupaya meningkatkan *engagement rate* di TikTok melalui pemanfaatan konten berbasis K-Pop, yang kini menjadi tren global di kalangan audiens muda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan strategi komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh PVN Shoes melalui konten K-Pop untuk meningkatkan *engagement* pada akun TikTok mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tim kreatif PVN Shoes dan pembuat konten, serta observasi terhadap interaksi audiens pada konten yang diunggah. Kuesioner juga disebarakan kepada 111 pengikut akun TikTok @pvnshoes menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur persepsi dan tingkat keterlibatan audiens terhadap konten K-Pop.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan konten K-Pop yang relevan dan sedang tren telah meningkatkan *engagement* secara signifikan di akun TikTok PVN Shoes. Konten yang mengangkat elemen-elemen K-Pop, seperti suara viral, *fancam* konser idola, dan visual yang relevan bagi penggemar K-Pop, terbukti berhasil menarik perhatian audiens, meningkatkan tayangan, *likes*, komentar, dan *shares*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten K-Pop tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan visibilitas digital PVN Shoes. Penerapan konten berbasis K-Pop terbukti efektif dalam memperkuat posisi merek dan meningkatkan keterlibatan audiens di platform TikTok. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi merek lokal lainnya yang ingin memanfaatkan tren global dalam strategi pemasaran mereka di media sosial.

Kata kunci: *content creator*, pemasaran, strategi digital, TikTok.



SUMMARY

ELLENA ANDJANI ASTINAPUTRI. *Digital Marketing Communication Strategy of K-Pop Content to Increase TikTok Engagement for PVN Shoes. Supervised by WAHYU BUDI PRIATNA.*

The rapid development of social media has driven companies to utilize various digital platforms to increase audience engagement. One of these platforms is TikTok, which has become one of the most popular social media platforms, especially among Generation Z and millennials. PVN Shoes, as a local fashion brand, strives to increase engagement rate on TikTok by utilizing K-Pop-based content, which has now become a global trend among young audiences.

This study aims to evaluate the implementation of the digital marketing strategy carried out by PVN Shoes through K-Pop content to increase engagement on their TikTok account. This research uses a qualitative approach with content analysis methods, where data is collected through in-depth interviews with the creative team of PVN Shoes and content creators, as well as observations of audience interactions with the posted content. A questionnaire was also distributed to 111 followers of the TikTok account @pvnshoes using a Likert scale of 1-5 to measure the perceptions and engagement levels of the audience towards the K-Pop content.

The results of the study show that the implementation of relevant and trending K-Pop content has significantly increased engagement on PVN Shoes' TikTok account. Content featuring K-Pop elements, such as viral sounds, idol concert fancams, and visuals that resonate with K-Pop fans, has proven successful in attracting audience attention and increasing views, likes, comments, and shares.

Therefore, this study concludes that K-Pop content not only serves as entertainment but also as a strategic tool to enhance PVN Shoes' digital visibility. The implementation of K-Pop-based content has proven effective in strengthening the brand's position and increasing audience engagement on the TikTok platform. This research provides valuable insights for other local brands looking to leverage global trends in their social media marketing strategies.

Keywords: *content creator, marketing, digital strategy, 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 2025
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 yang wajar IPB.

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

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL KONTEN K-POP UNTUK MENINGKATKAN TIKTOK *ENGAGEMENT* PVN *SHOES*

ELLENA ANDJANI ASTINAPUTRI

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
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@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.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dr. David Rizar Nugroho, Msi

Perpustakaan IPB University



Judul Laporan : Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten K-Pop untuk
Meningkatkan TikTok *Engagement* PVN Shoes

Nama : Ellena Andjani Astinaputri

NIM : J0301211191

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing:

Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.

NIP. 196704101991031001

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.

NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.

NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian:
Rabu, 02 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga Laporan Akhir ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Juni 2025 ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten K-Pop, dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Konten K-Pop untuk Meningkatkan TikTok *Engagement* PVN Shoes”. Laporan Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Heidyttia selaku *Manager Creative Department* PVN Shoes yang telah membantu selama pengumpulan data.
2. Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor yang telah membimbing dan banyak memberikan saran.
3. Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor atas segala pengalaman dan pembelajarannya selama masa perkuliahan.
4. Seluruh rekan tim PVN Shoes yang telah membantu selama penelitian berlangsung.
5. Keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan laporan akhir ini. Oleh karena itu, penulis menerima kritikan serta saran yang membangun dari pembaca. Semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat serta menginspirasi para pembacanya.

Bogor, Juli 2025

Ellena Andjani Astinaputri

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Platform	4
2.2 Platform TikTok	5
2.3 <i>Engagement</i>	6
2.4 Korean Pop (K-Pop)	7
2.5 Penelitian Terdahulu	8
2.6 Teori Strategi Komunikasi <i>The Circular Model of SOME</i>	14
2.7 Kerangka Pemikiran	16
III METODOLOGI	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data	19
3.4 Instrumen	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data	20
3.6 Pemilihan Subjek Penelitian	21
3.6.1 Informan Internal	22
3.6.2 Informan Eksternal	22
3.7 Analisis Data	23
3.8 Keabsahan Data	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Objek Penelitian	25
4.1.1 PVN Shoes	25
4.1.2 TikTok PVN <i>Shoes</i>	25
4.2 Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis K-Pop untuk Meningkatkan <i>Engagement</i> TikTok PVN <i>Shoes</i>	28
4.2.1 Berbagi (<i>Share</i>)	28
4.2.2 <i>Optimize</i> (Optimasi)	35
4.2.3 <i>Manage</i> (Mengelola)	37
4.2.4 <i>Engage</i> (Keterlibatan)	39
4.3 Analisis Tingkat <i>Engagement</i> TikTok PVN <i>Shoes</i>	41
4.3.1 Definisi dan Pentingnya <i>Engagement</i>	41
4.3.2 Metode Pengukuran <i>Engagement</i>	42
4.3.3 Tingkat <i>Engagement</i> Sebelum dan Sesudah Menggunakan Konten K-Pop	43
4.4 Analisis Penerapan <i>The Circular Model of SOME</i> dalam Strategi Komunikasi Pemasaran TikTok PVN <i>Shoes</i>	45

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.

4.4.1 Pengumpulan Data	45
4.4.2 Reduksi Data	46
4.4.3 Penyajian Data	47
V SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55
RIWAYAT HIDUP	64



DAFTAR TABEL

1	Penelitian terdahulu	8
2	Informan penelitian	22
3	Penyajian analisis data tahapan <i>The Circular Model of SoMe</i>	47

DAFTAR GAMBAR

1	<i>The Circular Model of SOME</i>	16
2	Kerangka pemikiran	18
3	Aktivitas TikTok PVN <i>Shoes</i>	26
4	TikTok PVN <i>Shoes</i>	29
5	TikTok <i>feed</i> akun TikTok @pvnshoes	31
6	Penggunaan <i>hashtag</i> di akun TikTok @pvnshoes	32
7	Komentar positif di akun TikTok @pvnshoes	33
8	Ketertarikan audiens dengan konten K-Pop TikTok @pvnshoes	33
9	Komentar positif di akun TikTok @pvnshoes	34
10	Komentar positif di akun TikTok @pvnshoes	35
11	Tanggapan untuk komentar di akun TikTok @pvnshoes	36
12	<i>Report weekly</i> untuk akun TikTok @pvnshoes	37
13	Komentar pengikut akun TikTok @pvnshoes	38
14	Komentar pengikut akun TikTok @pvnshoes	39
15	TikTok <i>insight</i> terhadap konten konser Lee Min Ho	40
16	PVN <i>Shoes</i> memahami <i>trend</i> K-Pop yang sedang populer	40
17	TikTok <i>analytics</i> sebelum posting konten K-Pop	43
18	TikTok <i>analytics</i> sesudah posting konten K-Pop	44