

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AMERTA MEDIA
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BUKU MELALUI
TIKTOK @tokobukuamerta**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**



Oleh:
Oktafia Nur Syafika
NIM. 43221013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PERADABAN
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Penelitian : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AMERTA
MEDIA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
BUKU MELALUI TIKTOK @tokobukuamerta

Nama : Oktafia Nur Syafika

NIM : 43221013

Prodi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui oleh pembimbing untuk mengikuti sidang ujian skripsi.

Brebes, 06 Agustus 2025
Pembimbing,



Reza Abineri, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN.0619118604

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Oktafia Nur Syafika

NIM : 43221013

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AMERTA MEDIA DALAM

MENINGKATKAN PENJUALAN BUKU MELALUI TIKTOK

@tokobukuamerta

Merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari skripsi atau karya ilmiah milik orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya). Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Brebes, 06 Agustus 2025

Saya yang menyatakan,



Oktafia Nur Syafika

NIM. 43221013

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AMERTA MEDIA
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN BUKU MELALUI
TIKTOK @tokobukuamerta

Nama : Oktafia Nur Syafika

NIM : 43221013

Skripsi ini telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada : Kamis, 21 Agustus 2025,
pukul 09.00 s/d 10.30 WIB, bertempat di Laboratorium Ilmu Komunikasi dan
dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Selanjutnya skripsi ini DITERIMA dan DISAHKAN pada : 31 Agustus 2025.

Reza Abineri, S.I.Kom, M.I.Kom

NIDN. 0619118604

Pembimbing (.....)

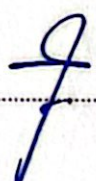
Aswhar Anis, S.IP., M.Si.

NIDN.0607088201

Penguji 1 (.....)

Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos.

NIDN. 0624018903

Penguji 2 (.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Peradaban



Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos

NIDN. 0624018903

MOTTO

*“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.
Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan”*

(Qs. Al-Insyirah, 94:5-6)

*“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut
diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah
dengan selayaknya yang kau harapkan”*

(Maudy Ayunda)

*“Setetes keringat orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku
untuk maju”*

(Oktafia Nur Syafika)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Amerta Media Dalam Meningkatkan Penjualan Buku Melalui Tiktok @tokobukuamerta".

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya. Semoga kita semua dapat meneladani akhlak dan perjuangan beliau dalam menyebarkan ilmu dan kebaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Dalam proses penulisan ini, penulis sadar bahwa masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan baik yang disengaja maupun tidak disengaja.

Brebes, 06 Agustus 2025

Oktafia Nur Syafika

NIM. 43221013

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur senantiasa dipanjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, yang telah mengubah zaman kegelapan dengan ilmu pengetahuan.

Selesainya skripsi ini berkat bantuan berbagai pihak yang telah mendukung dari awal hingga selesai. Segala kekuarangan dan kesalahan yang terdapat dalam skripsi ini merupakan khilaf dari penulis yang masih perlu terus belajar. Oleh karena itu, perkenankan penulis menyampaikan apresiasi sebesar-besarnya kepada

1. Orang tua penulis, Bapak Tauhid dan Ibu Kusniti, yang telah memberikan segalanya baik materi, do'a, kasih sayang, motivasi dan masih banyak lagi. Terimakasih untuk semua support dalam segala hal untuk membuat penulis tetap semangat melanjutkan pendidikan. Terimakasih selalu untuk semua pengorbanan dan kasih sayang yang tak terhingga, sebuah keberuntungan bagi penulis terlahir menjadi anak dari pasangan yang hebat.
2. Bapak, Reza Abineri S.I.Kom., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan, bimbingan, dorongan serta saran kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini sampai selesai.
3. Bapak, Ashwar Anis, S.IP., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan dalam menguji serta mengkritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini.
4. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si, selaku rektor Universitas Peradaban.
5. Bapak Rifqi Itsnaini Yusuf, S.Hum., M.A, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Peradaban.
6. Bapak Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
7. Ibu dan Bapak dosen beserta staff program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Peradaban yang telah memberikan ilmu kepada peneliti semasa perkuliahan.

8. Pihak seluruh karyawan Penerbit Amerta Media di Banyumas yang bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian.
9. Rifqi, Dinda, Ayul, Gusti, Alma, Zaza, selaku sahabat penulis yang selama ini sudah menjadi tempat berbagi cerita keluh kesah dan membantu penulis selama ada kesulitan, dan memberikan semangat, berbagai saran Terimakasih untuk dukungan dan kebersamaannya.
10. Teman-teman prodi Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban angkatan 2021 yang sudah menjadi teman penulis semasa perkuliahan.
11. Terakhir, penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Oktafia Nur Syafika, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah ketika jalan di depan terasa gelap, ketika keraguan datang, dan ketika langkah terasa berat untuk diteruskan. Terimakasih karena tetap memilih untuk melanjutkan dan menyelesaikan apa yang telah di mulai.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan masih perlu terus dikembangkan dan diperbaiki. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat. Semoga Allah membalas semua kebaikannya. Aamiin. Dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Brebes, 06 Agustus 2025

Penulis

Oktafia Nur Syafika

NIM. 43221013

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kerangka Pemikiran.....	16
C. Bagan Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Paradigma Penelitian.....	33
B. Metode Penelitian.....	34

C. Pendekatan Peneleitian.....	35
D. Subjek dan Objek Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Analisis Data.....	37
G. Teknik Validitas Data.....	39
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian.....	40
1. Profil Penerbit Amerta Media.....	40
2. Struktur Penerbit Amerta Media.....	43
3. Visi dan Misi Penerbit Amerta Media.....	45
4. Tiktok Penerbit Amerta Media	46
5. Gambaran Umum Informan Penelitian.....	47
6. Strategi Komunikasi Pemasaran Amerta Media dalam Meningkatkan Penjualan Buku Melalui Tiktok (@tokobukuamerta) Menggunakan Konsep Buauran Pemasaran 5P (Product, Price, Promotion, Place, People).....	49
B. Pembahasan	66
1. Product (Produk).....	67
2. Price (Harga).....	71
3. Promotion (Promosi)	73
4. Place (Tempat).....	77
5. People (Orang).....	78
C. Analisis	79
1. Amerta Media Mengunggulkan Kualitas Produk	80
2. Amerta Media Menetapkan Harga, Diskon dan Promo Berdasarkan Mempertimbangkan Biaya Produksi.....	81
3. Strategi Promosi dengan Pembuatan Konten Sesuai Target Pasar dan Karkteristik Pengguna Tiktok	81
4. Amerta Media Memanfaatkan Media Sosial Sesuai dengan Fungsinya	82
5. Penyesuaian Gaya Komunikasi Tim Pemasaran dengan Pengguna Tiktok.....	82

BAB V	83
PENUTUP	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1.....	14
Tabel 4. 1.....	42
Tabel 4. 2.....	47
Tabel 4. 3.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar1. 1	2
Gambar1. 2	7
Gambar1. 3	8
Gambar 2. 1	31
Gambar 4. 1	40
Gambar 4. 2	42
Gambar 4. 3	44
Gambar 4. 4	47
Gambar 4. 5	49
Gambar 4. 6	52
Gambar 4. 7	53
Gambar 4. 8	56
Gambar 4. 9	58
Gambar 4. 10	59
Gambar 4. 11	60
Gambar 4. 12	69
Gambar 4. 13	70
Gambar 4. 14	71
Gambar 4. 15	73
Gambar 4. 16	75
Gambar 4. 17	76
Gambar 4. 18	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Pengesahan Proposal Skripsi	95
Lampiran 2 Surat Pra Riset	96
Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian	97
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	98
Lampiran 5 Wawancara Narasumber	99
Lampiran 6 Wawancara Narasumber	100
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Narasumber.....	101

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Amerta Media dalam meningkatkan penjualan buku melalui platform @tokobukuamerta dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini mengkaji penerapan teori marketing mix 5P yang dikemukakan oleh Kotler, yaitu Product, Price, Place, Promotion, dan People. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Amerta Media telah mengoptimalkan setiap elemen dari marketing mix untuk menarik minat konsumen dan meningkatkan penjualan. Dalam aspek produk, Amerta Media menawarkan berbagai jenis buku yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Penetapan harga yang kompetitif juga menjadi salah satu strategi kunci dalam menarik pelanggan. Selain itu, pemilihan saluran distribusi yang tepat melalui media sosial dan platform online lainnya telah memperluas jangkauan pasar. Promosi yang dilakukan secara aktif melalui konten menarik di @tokobukuamerta berhasil menciptakan interaksi yang positif dengan audiens. Terakhir, perhatian terhadap aspek People, yaitu membangun hubungan baik dengan pelanggan, menjadi faktor penting dalam menciptakan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran, Amerta Media, Penjualan Buku.

ABSTRACT

This study aims to analyze the marketing communication strategy implemented by Amerta Media in increasing book sales through the @tokobukuamerta platform using qualitative research methods, this study examines the application of the 5P marketing mix theory proposed by Kotler, namely Product, Price, Place, Promotion, and People. The results of the study indicate that Amerta Media has optimized each element of the marketing mix to attract consumer interest and increase sales. In terms of products, Amerta Media offers various types of books that suit market needs. Competitive pricing is also a key strategy in attracting customers. In addition, selecting the right distribution channels through social media and other online platforms has expanded market reach. Active promotions through interesting content on @tokobukuamerta have succeeded in creating positive interactions with the audience. Finally, attention to the People aspect, namely building good relationships with customers, is an important factor in creating consumer loyalty.

Keywords: *Marketing communication strategy, Amerta Media, Book Sales.*