

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS ISLAMI
PT. AZBO PULANG SEJAHTERA DALAM MENJAGA CITRA
MEREK PRODUK TEH DETOX MELALUI PROGRAM *LIVE*
TIKTOK**



Oleh:

Muhammad Nurul Hakim

20200710153

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS ISLAMI
PT. AZBO PULANG SEJAHTERA DALAM MENJAGA CITRA
MEREK PRODUK TEH DETOX MELALUI PROGRAM *LIVE*
TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi pada
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Muhammad Nurul Hakim

20200710153

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2024

NOTA DINAS

Lamp. :

Yogyakarta, 11 Oktober 2024

Hal: Persetujuan

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

di Yogyakarta

Assalam'alaikum wr. wb.

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi Saudara:

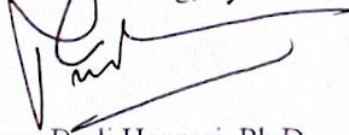
Nama : Muhammd Nurul Hakim
NPM : 20200710153
Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BERBASIS ISLAMI PT. AZBO PULANG SEJAHTERA DALAM MENJAGA CITRA MEREK PRODUK TEH DETOX MELALUI PROGRAM *LIVE* TIKTOK**

telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasyahkan. Atas perhatian Bapak diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Pemimbing,



Twediana Budi Hapsari, Ph.D

NIK 19730525200004113035

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Muhammad Nurul Hakim
NPM : 20200710153
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi mana pun, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 11 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan:



Muhammad Nurul Hakim
NIM 20200710153

MOTTO

“Hidup bukan saling mendahului, bermimpilah sendiri sendiri”

“Tak ada yang tahu kapan kau mencapai tuju”

“Katakan pada dirimu, besok mungkin kita sampai, besok mungkin tercapai”

-

Petra Joshua Sihombing / Daniel Baskara Putra

PERSEMBAHAN

Saya dedikasikan skripsi ini kepada kedua orang tua saya, Khoironi. M dan Nuraini, yang telah melahirkan dan membesarkan saya hingga saat ini dengan penuh kasih sayang. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada keluarga besar saya atas doa dan dukungan mereka yang tak pernah putus. Selain itu, saya persembahkan penelitian ini untuk diri saya sendiri, sebagai bentuk penghargaan atas perjuangan dan ketekunan yang saya tunjukkan dalam menghadapi setiap tantangan. Tak lupa, saya juga persembahkan karya ini untuk semua orang yang telah membantu saya dan menunjukkan kebaikan mereka sepanjang perjalanan ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan, dan berharap agar peneliti selanjutnya dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik. Penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik dalam bentuk tenaga, waktu, maupun dukungan finansial. Oleh karena itu, dengan tulus, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

- a. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- b. Bapak Dr. Syakir Jamaluddin, M.A. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- c. Bapak Dr. Ahmad Hermawan, Lc.,M.A dan Ibu Novia Fetri Aliza, M.Psi., Psikolog selaku ketua dan sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
- d. Ibu Twediana Budi Hapsari, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi
- e. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- f. Founder PT. Azbo Pulang Sejahtera dan serta para karyawan dan instrumen
- g. Orang tua saya yakni Khoironi. M dan Nuraini serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan dan doanya.
- h. Keluarga besar Eltizam Jogja yang senantiasa memberikan dukungan

- i. Sahabat-sahabat KPI angkatan 2020, Kost Kebon, dan Tim Wisuda Cepet yang sudah menemani dan membantu penyusunan skripsi ini.

Muhammad Nurul Hakim

DAFTAR ISI

NOTA DINAS.....	II
PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN KEASLIAN.....	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
ABSTRAK	IX
ABSTRACT.....	X
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR GRAFIK	XV
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	19
1.3. Tujuan Penelitian	19
1.4. Manfaat Penelitian	19
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	20
2.1. Tinjauan Pustaka	20
2.2. Landasan Teori.....	31
1. Komunikasi Pemasaran.....	31
2. Komunikasi Pemasaran Perspektif Islam	35
3. Citra Merek	41
4. TikTok	44
BAB III	47
METODE PENELITIAN	47

3.1.	Desain Penelitian	47
3.2.	Partisipan dan Tempat Penelitian	48
1.	Subjek Penelitian	48
2.	Sumber Data Primer	48
3.	Sumber Data Sekunder	48
3.3.	Pengumpulan Data	48
1.	Instrumen Penelitian	48
2.	Metode Pengumpulan Data	50
3.4.	Analisis Data	53
BAB IV		55
HASIL DAN PEMBAHASAN		55
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	55
1.	Sejarah Perusahaan	55
2.	Visi dan Misi Perusahaan	56
3.	Struktur Organisasi Host Live Tiktok	57
4.	Produk Azbo Teh Detox	57
4.2.	Daftar Informan	58
4.3.	Analisis Citra Merek Produk Azbo Teh Detox	59
1.	Citra Merek Azbo Teh Detox	59
2.	Persepsi Konsumen Terhadap Merek Azbo Teh Detox	60
3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	61
4.4.	Komunikasi Pemasaran Islami Dan Live TikTok	68
1.	Komunikasi Pemasaran Islami	68
2.	Live TikTok	94
BAB V		119
PENUTUP		119
5.1.	Kesimpulan	119
5.2.	Saran	119
5.3.	Kata Penutup	120
DAFTAR PUSTAKA		121
LAMPIRAN		125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tolak Angin Sidomuncul.....	3
Gambar 1.2 Kiranti	3
Gambar 1.3 Pegal Linu Husada Cap Tawon Klenceng.....	4
Gambar 1.4 Manfaat azbo teh detox dan manfaat detogreen tea	6
Gambar 1.5 Azbo Teh Detox asli dan palsu	7
Gambar 1.6 Data pengguna tiktok	14
Gambar 1.7 Data media sosial paling banyak digunakan	18
Gambar 4.1 Struktur organisasi host live tiktok azbo	57
Gambar 4.2 Azbo Teh Detox.....	58
Gambar 4.3 Komposisi Azbo Teh Detox dan Detogreen tea	64
Gambar 4.4 Konten iklan video pendek.....	69
Gambar 4.5 Konten edukasi.....	73
Gambar 4.6 Postingan promo Pay Day Sale	76
Gambar 4.7 Postingan promo Double Date	78
Gambar 4.8 Akun Youtube Azbo	81
Gambar 4.9 Akun Instagram Azbo.....	82
Gambar 4.10 Kontak Whatsapp CS Azbo.....	83
Gambar 4.11 Akun shopee Azbo.....	85
Gambar 4.12 Live streaming Shopee.....	86
Gambar 4.13 Akun Tik Tok Azbo	89
Gambar 4.14 Toko offline store Azbo	93
Gambar 4.15 Host menunjukkan label halal	95
Gambar 4.16 Daftar harga di Tiktok	97
Gambar 4.17 Host menunjukkan isi berat satu bungkus teh detox.....	98
Gambar 4.18 Live menggunakan Background sesuai tema yang menarik.....	100
Gambar 4.19 Host memperlihatkan isi produk	101
Gambar 4.20 Ulasan dari pelanggan	102

Gambar 4.21 Perbandingan harga Azbo Teh Detox dan produk kompetitornya ...	106
Gambar 4.22 Perbandingan manfaat Azbo Teh Detox dan manfaat produk kompetitornya	106
Gambar 4.23 Perbandingan harga Azbo Teh Detox pada saat live dan tidak live .	108
Gambar 4.24 Testimoni kepuasan dari pelanggan	110
Gambar 4.25 Akun affiliate Azbo	111
Gambar 4.26 Produk asli dan palsu	112
Gambar 4.27 Jenis metode pembayaran	114
Gambar 4.28 Harga yang ditetapkan.....	116

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data pengguna trend belanja online dari tahun ke tahun.....	15
Grafik 1.2 Data belanja online per platform	16
Grafik 1.3 Data penjualan melalui live TikTok.....	17

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Pedoman Wawancara Berdasarkan Landasan Teori.....	50
Tabel 3.2 Pedoman Observasi Video Live Berdasarkan Landasan Teori	51
Tabel 4.1 Data Informan Penelitian	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar Penelitian.....	125
Lampiran 2. Transkrip Pertanyaan Wawancara.....	126
Lampiran 3. Dokumentasi Saat Wawancara	127