

**STRATEGI KONTEN KRATIF DI TIKTOK DALAM MEMBANGUN
CITRA MEREK BAKSO SELERA BARU PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**PUTRI AYU RAMASARI
NPM 062230601358**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2025

**STRATEGI KONTEN KREATIF DI TIKTOK DALAM MEMBANGUN
CITRA MEREK BAKSO SELARA BARU PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**PUTRI AYU RAMASARI
NPM 062230601358**

Menyetujui,

Palembang, 2025

Pembimbing I,

**Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si.
NIP 197301312001121002**

Pembimbing II,

**Tsurayya Syarif Zain S. Psi., M.A.
NIP199212252023212048**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Dr. Sari L Z Ridho, S.E., M.Ec.,CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
DIII Administrasi Bisnis,**

**Dwi Riana, S.E., M.AB.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Ayu Ramasari
NPM : 062230601358
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D.III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Strategi Konten Kreatif di Tiktok dalam Membangun Citra
Merek Bakso Selera Baru Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2025

Yang membuat pernyataan,


Putri Ayu Ramasari
NPM 062230601358

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Putri Ayu Ramasari
NPM : 062230601358
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII-Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Strategi Konten Kreatif di Tiktok dalam
Membangun Citra Merek Bakso Selera Baru
Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dosen Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jumat

Tanggal: 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Hadi Jauhari, S.E., Msi Ketua Penguji		25/07/2025
2.	Yulia Pebrianti, S.E.I., Msi Anggota Penguji		24/7-2025
3.	Billy Dewantara, SE., Msi Anggota Penguji		23/2025 F

MOTTO

“Tidak semua orang paham perjuangan dalam diam, tapi hasil tak pernah mengkhianati proses. Teruslah melangkah, meski kadang tanpa sorakan. Karena diri ini layak diperjuangkan”.

(Putri Ayu Ramasari)

Di Persembahkan Kepada :

- ❖ Orang tua yang tercinta
- ❖ Adik Laki-laki ku
- ❖ Teman seperjuangan 6 NM
2022-20225
- ❖ Teman Se Almamater

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan izin-Nya, laporan akhir yang berjudul "*Strategi Konten Kreatif TikTok dalam Membangun Citra Merek UMKM Bakso Selera Baru di Palembang*" ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat kelulusan di Program Studi Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta atas doa dan dukungannya, serta kepada Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si dan Ibu Tsurayya Syarif Zain, S.Psi., M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis, pemilik UMKM Bakso Selera Baru di Palembang, serta teman-teman satu angkatan atas kerja sama, semangat, dan kebersamaan selama proses penyusunan laporan ini. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu masukan dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna dalam bidang pemasaran digital, khususnya untuk pengembangan citra merek pada UMKM.

Palembang, Juli 2025



Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.AB, selaku Ketua Program Studi DIII Administrasi Bisnis.
5. Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing I, yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini dengan penuh kesabaran dan dedikasi.
6. Ibu Tsurayya Syarif Zain, S.Psi., M.A, selaku dosen pembimbing II yang telah sabar membimbing, memberikan arahan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan laporan ini dengan penuh kesabaran dan dedikasi.
7. Seluruh dosen dan staf pengajar Jurusan Administrasi Bisnis, atas semua ilmu, motivasi, dan pengalaman yang diberikan selama masa studi.
8. Pemilik Bakso Selera Baru Palembang, yang telah memberikan kesempatan dan data yang diperlukan selama proses penelitian.
9. Seluruh karyawan Bakso Selera Baru, yang telah banyak membantu penulis dalam memperoleh informasi di lapangan.
9. Mama Papa tercinta, terima kasih atas nasihat, keteladanan dan doa serta dukunganmu ,hal terkuat yang membawaku hingga titik ini.terima kasih atas semua cinta, kesabaran, dan doa yang tak pernah terputus. Dalam setiap langkahku ada peluh dan perjuanganmu yang begitu tulus. Semoga Allah SWT selalu memberkahi setiap kebaikanmu.

10. Adik tersayang, terima kasih atas semangat dan kehadiranmu yang selalu membuat hari-hariku lebih berwarna.
11. Teman-teman 6NM, terima kasih atas kekompakan, kebersamaan, dan semangat yang tak pernah pudar. Setiap proses kita adalah kenangan berharga yang akan selalu aku kenang.
12. Terakhir, untuk diriku sendiri, terima kasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini. Terima kasih karena sudah mau terus melangkah, meskipun sering lelah, bingung, bahkan ingin menyerah. Terima kasih sudah berusaha membagi waktu antara tugas kuliah, pekerjaan sebagai konten kreator, dan tanggung jawab mengelola akun media sosial meski kadang semuanya terasa berat dijalani bersamaan. Tapi nyatanya, kamu tetap bisa sampai di titik ini. Kamu tetap memilih untuk lanjut, menyelesaikan apa yang sudah dimulai, dan nggak pernah benar-benar berhenti. Laporan akhir ini bukan cuma soal akademik, tapi bukti bahwa kamu bisa meski jalanmu nggak selalu mudah.

Penulis berharap laporan akhir ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca. Semoga segala proses yang telah dilalui menjadi langkah awal menuju kesuksesan yang lebih besar.

Palembang, Juli 2025



Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten kreatif di TikTok dalam membangun citra merek pada UMKM Bakso Selera Baru Palembang. Latar belakang penelitian ini didasari oleh rendahnya optimalisasi pemanfaatan TikTok sebagai media promosi, padahal platform ini memiliki potensi besar dalam menjangkau audiens secara luas, khususnya generasi muda. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan, serta dokumentasi konten TikTok. Data dianalisis secara induktif dengan fokus pada elemen-elemen konten kreatif seperti audio viral, caption menarik, visual konsisten, pemanfaatan *hashtag*, dan penyampaian pesan ringkas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah penerapan strategi konten kreatif secara konsisten sejak Mei 2025, terjadi peningkatan signifikan pada metrik *engagement* seperti jumlah tayangan, *like*, komentar, dan *share*. Konten yang dikembangkan meliputi promosi, edukasi, *storytelling*, dan hiburan. Strategi ini berhasil membentuk citra merek Bakso Selera Baru sebagai UMKM yang aktif, kreatif, dan relevan di platform digital. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi konten kreatif di TikTok memberikan dampak positif terhadap penguatan citra merek, meningkatkan keterlibatan audiens, dan memperluas jangkauan pasar secara organik. Strategi ini layak diterapkan oleh UMKM lain yang ingin mengembangkan citra mereknya di media sosial.

Kata Kunci: Strategi Konten Kreatif, TikTok, Citra Merek, UMKM Bakso Selera Baru.

ABSTRACT

This study aims to analyze creative content strategies on the TikTok platform in building brand image for the MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) Bakso Selera Baru in Palembang. The background of this research stems from the suboptimal use of TikTok as a promotional medium, even though the platform has great potential to reach a wide audience, especially the younger generation. This study used a qualitative descriptive approach with data collection techniques including observation, interviews with the owner and employees, and documentation of TikTok content. The data were analyzed inductively, focusing on creative content elements such as viral audio, engaging captions, consistent visuals, use of hashtags, and concise message delivery. The results show that after the consistent implementation of creative content strategies since May 2025, there has been a significant increase in engagement metrics such as views, likes, comments, and shares. The developed content includes promotional, educational, storytelling, and entertainment aspects. These strategies successfully shaped Bakso Selera Baru's brand image as an active, creative, and relevant MSME on digital platforms. In conclusion, creative content strategies on TikTok have a positive impact on strengthening brand image, increasing audience engagement, and expanding market reach organically. This strategy is highly recommended for other MSMEs aiming to enhance their brand image through social media.

Keywords: Creative Content Strategy, TikTok, Brand Image, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises Bakso Selera Baru.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
 BAB 1 PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metode Penelitian	7
1.5.1 Pendekatan Penelitian	7
1.5.2 Subjek Penelitian.....	8
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	8
1.5.4 Jenis dan Sumber Data	9
1.5.5 Analisis Data	10
1.5.6 Triangulasi.....	10
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
2.1 Pengertian Konten Kreatif.....	12
2.1.1 Elemen-Elemen Konten Kreatif.....	12
2.1.2 Dimensi dan Indikator Strategi Konten Kreatif	15
2.1.3 Tujuan Dan Manfaat Konten Kreatif	16
2.1.4 Konten Kreatif pada UMKM	18
2.1.5 Strategi Konten dan Pengaruhnya terhadap Engagement dan Citra Merek.....	19
2.1.6 TikTok Sebagai Media Promosi Digital.....	21
2.2 Citra Merek (Brand Image)	22
2.2.1 Pengertian Citra Merek	22
2.2.2 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek	23
2.2.3 Dimensi dan Indikator Citra Merek	24

2.2.4 Peran Konten dalam Membangun Citra Merek	26
2.2.5 Pentingnya Citra Merek bagi UMKM	27
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	30
3.1 Sejarah Perusahaan	30
3.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	30
3.2.1 Visi Perusahaan	30
3.2.2 Misi Perusahaan	30
3.2.3 Tujuan Perusahaan	31
3.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	31
3.3.1 Struktur Organisasi Perusahaan	31
3.3.2 Pembagian Tugas	32
3.3 Aktivitas di Objek Penelitian Terkait dengan Topik	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Umum Pengelolaan Akun TikTok Bakso Selera Baru	34
4.2 Jenis-Jenis Konten Yang Digunakan Dan Kaitannya Dengan Elemen	36
4.2.1 Jenis Konten yang Digunakan	36
4.2.2 Penerapan Elemen Konten Kreatif	37
4.3 Strategi Konten di Tiktok	43
4.3.1 Kinerja Akun Sebelum dan Sesudah Penerapan Strategi Konten	45
4.3.2 Analisis Hasil Penerapan Strategi Konten	49
4.4 Dampak Strategi Konten Terhadap Pembentukan Citra Merek	51
4.4.1 Keterkaitan dengan Dimensi Citra Merek	52
4.4.2 Pembahasan	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1	36
Tabel 4. 2	38
Tabel 4. 3	39
Tabel 4. 4	40
Tabel 4. 5	42
Tabel 4. 6	48
Tabel 4. 7	49
Tabel 4. 8	53
Tabel 4. 9	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Profil Akun Bakso Selera Baru	35
Gambar 4. 2 Konten Promosi Paket Lebaran BASEBA	37
Gambar 4. 3 Konten Edukatif	38
Gambar 4. 4 Konten Storytelling	40
Gambar 4. 5 Konten Hiburan	41
Gambar 4. 6 Insight Satu Minggu	46
Gambar 4. 7 Insight Satu Bulan	46
Gambar 4. 8 Insight Tiga Bulan	47
Gambar 4. 9 Insight Satu Tahun pada Konten	47
Gambar 4. 10 Engagment Dua Minggu	49
Gambar 4. 11Komentar Audiens pada Konten TikTok Bakso Selera Baru ...	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	64
Lampiran 2.....	65
Lampiran 3.....	66
Lampiran 4.....	67
Lampiran 5.....	69
Lampiran 6.....	73
Lampiran 7.....	74
Lampiran 8.....	75
Lampiran 9.....	76
Lampiran 10.....	77
Lampiran 11.....	78
Lampiran 12.....	80
Lampiran 13.....	82
Lampiran 14.....	83
Lampiran 15.....	84