

**KAJI TINDAK MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI ALAT PROMOSI  
DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT KOPI TOKTOK  
CABANG 2 KARAWANG**

***REVIEW OF TIKTOK'S SOCIAL MEDIA ACTIONS AS A  
PROMOTIONAL TOOL IN INCREASING ENGAGEMENT KOPI TOKTOK  
BRANCH 2 KARAWANG***

**Oleh**

**Adrian Rizky**

**21416261201052**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG  
TAHUN 2025**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Adrian Rizky

NIM : 21416261201052

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Maret 2025



## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun oleh :

Nama : Adrian Rizky

NIM : 21416261201052

Judul : Kaji Tindak Media Sosial Tiktok Sebagai Alat Promosi Dalam Meningkatkan  
*Engagement* Kopi Toktok Cabang 2 Karawang

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Ir. Hj. Netti Nurlenawati, M.M.  
NIDN. 0017016101

Pembimbing Pendamping,

Dexi Triadinda, S.E., M.M.  
NIDN. 0423129002

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ketua Program Studi

H. Suroso, S.E., M.M.

NIDN. 0402107707

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Adrian Rizky

NIM : 21416261201052

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : Kaji Tindak Media Sosial Tiktok Sebagai Alat Promosi Dalam  
Meningkatkan *Engagement* Kopi Toktok Cabang 2 Karawang

### DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR

| Nama                                     | Tanda Tangan | Tanggal    |
|------------------------------------------|--------------|------------|
| Penguji 1 : Dr. Citra Savitri, S.E., M.M | (.....)      | (15/04.25) |
| Penguji 2 : Dexi Triadinda, S.E., M.M    | (.....)      | (15/04.25) |

Karawang, 20 Maret 2025

**KARAWANG**

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Citra Savitri, S.E., M.M.  
NIDN. 0214088301

H. Suroso., S.E., M.M.  
NIDN. 0402107707

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adrian Rizky

NIM 21416261201052

Program Studi : Manajemen

Tahun Akademik : 2025

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulis Tugas Akhir saya yang berjudul :

**“KAJI TINDAK MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI ALAT PROMOSI DALAM MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* KOPI TOKTOK CABANG 2 KARAWANG”**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Karawang, 20 Maret 2025



Adrian Rizky

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Buana Perjuangan Karawang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Adrian Rizky  
NIM : 21416261201052  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Buana Perjuangan Karawang **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“KAJI TINDAK MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI ALAT PROMOSI DALAM  
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT* KOPI TOKTOK CABANG 2 KARAWANG”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Non Eksklusif ini Universitas Buana Perjuangan Karawang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Universitas Buana Perjuangan Karawang

Pada tanggal : 20 Maret 2025

Yang menyatakan



Adrian Rizky

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT beserta junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada Ibu Ir. Hj. Netti Nurlenawati, M.M, selaku pembimbing utama dan Ibu Dexi Triadinda, S.E., M.M, selaku pembimbing pendamping yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama ini serta motivasi kepada penulis yang kemudian membuka cakrawala berpikir penulis.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ir. H. Iman Sumantri selaku Ketua Yayasan Buana Pangkal Perjuangan Karawang.
2. Prof. Dr. H. Dedi Mulyadi, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. H. Suroso, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Pihak Kopi Toktok Indonesia Cabang 2 Karawang yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
6. Kepada seluruh Dosen dan Staf serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulisan Tugas Akhir, penulis ucapkan banyak terima kasih.
7. Kepada para teman dan sahabat mahasiswa yang telah memberikan motivasi dan kerjasama yang baik sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan lancar dan sesuai yang diharapkan.
8. Terakhir kepada Orangtua tercinta, merupakan bagian kebahagiaan tersendiri yang telah banyak mendorong semangat dan motivasi kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan pada waktunya.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Karawang, 26 April 2025

Penulis

## ABSTRAK

Perkembangan semakin pesat di era digitalisasi, industri *Food and Beverage (F&B)* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, dengan media sosial seperti TikTok menjadi alat promosi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas TikTok dalam meningkatkan engagement, pelanggan, dan pendapatan pada Kopi Toktok Cabang 2 Karawang. Dengan menggunakan metode *Action Research* dan pendekatan *Mix Method*, penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dengan pengelola, pelanggan, dan praktisi, serta analisis data kuantitatif terkait indikator engagement (*likes, Comment, share*). Implementasi strategi promosi selama dua minggu menunjukkan hasil yang signifikan. Selain itu adanya peningkatan pelanggan dan pendapatan Kopi Toktok Cabang-2 Karawang, melebihi dari target yang ditentukan. Penelitian ini menegaskan bahwa konten kreatif, pemanfaatan tren, dan analisis performa konten di TikTok dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan penjualan, menjadikannya platform yang relevan untuk strategi pemasaran digital di bisnis *F&B*.

Kata Kunci: Media Sosial Tiktok, Engagement, *Action Reaserch*, Kopi Toktok Indonesia

## **ABSTRACT**

*Rapid development in the digitalization era, the Food and Beverage (F&B) industry in Indonesia is experiencing rapid growth, with social media such as TikTok becoming an effective promotional tool. This study aims to examine the effectiveness of TikTok in increasing engagement, customers, and revenue at Kopi Toktok Branch 2 Karawang. Using the Action Research method and the Mix Method approach, this study involved in-depth interviews with managers, customers, and practitioners, as well as quantitative data analysis related to engagement indicators (likes, comments, shares). The implementation of the promotional strategy for two weeks showed significant results. In addition, there was an increase in customers and revenue at Kopi Toktok Branch-2 Karawang, exceeding the specified target. This study confirms that creative content, utilization of trends, and content performance analysis on TikTok can increase customer engagement and sales, making it a relevant platform for digital marketing strategies in the F&B business.*

*Keyword: Social Media Tiktok, Engagement, Action Reaserch, Kopi Toktok Indonesia*