

TUGAS AKHIR
PEMBUATAN KONTEN LIVESTREAM SELLING TIKTOK
DENGAN STRATEGI *DIRECT RESPONSE* UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TIKTOK SHOP
JAJANAN DJALU

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli
Madya**



Disusun Oleh :
Mada Plasindra Kelana Saragih
NIM : 2370404070

PROGRAM STUDI PERIKLANAN
JURUSAN KOMUNIKASI
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2026

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Livestream Selling Tiktok Dengan
Strategi Direct Response Untuk Meningkatkan Penjualan
Pada Tiktok Shop Jajanan Djalu

Penulis : Mada Plasindra Kelana Saragih

NIM : 2370404070

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas akhir ini telah dipertanggung jawabkan dihadapan tim penguji tugas akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta pada hari Senin, tanggal 13 Juli 2026.

Disahkan oleh:
Ketua Penguji



Rizky Kertanegara, M.Si.
NUPTK. 9447761662131482

Anggota 1



Dhiyaa Thurfah Ilaa, S.P., M.Si
NIP. 199709112025062014

Anggota 2



Omar Yusuf, M.M.
NUPN. 9900979905

Mengetahui,
Ketua Jurusan Komunikasi



Immanuel Ronald David Mongkau, S.E., M.M
NIP. 197106062006041001

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pembuatan Konten Media Sosial Dengan Strategi *Direct Response Advertising* Untuk Meningkatkan Penjualan Di *E-Commerce* Brand Jajanan Djalu

Penulis : Mada Plasindra Kelana Saragih

NIM : 2370404070

Program Studi : Periklanan

Jurusan : Komunikasi

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 11 Juni 2026

Pembimbing 1

Handwritten signature of Rizki Akbar Mustopa with the note "untuk Saftan siak" written next to it.

Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd.
NIP 199304272024061001

Pembimbing 2

Handwritten signature of Omar Yusuf.

Omar Yusuf, M.M
NUPN 9900979905

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Periklanan

Handwritten signature of Zaenab.

Zaenab, S.S, M.Si
NIP. 199211132019032025

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Mada Plasindra Kelana Saragih
NIM	: 2370404070
Program Studi	: Periklanan
Jurusan	: Komunikasi
Tahun Akademik	: 2025/2026

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
Pembuatan Konten Media Sosial Dengan Strategi *Direct Response Advertising* Untuk
Meningkatkan Penjualan Di *E-Commerce* Brand Jajanan Djalu adalah **original, belum pernah
dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya
bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,

A red official stamp from the Indonesian Ministry of Education, Culture, and Higher Education (Kemendikbudristek) is visible. The stamp contains the text 'KEMENDIKBUDRISTEK', 'TIL', 'MATERAI TUMPET', and the identification number '4AANY390204956'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Mada Plasindra Kelana Saragih
NIM. 2370404070

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academia Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mada Plasindra Kelana Saragih
NIM : 2370404070
Program Studi : Periklanan
Jurusan : Komunikasi
Tahun Akademik : 2025/2026

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pembuatan Konten Media Sosial Dengan Strategi *Direct Response Advertising* Untuk Meningkatkan Penjualan Di *E-Commerce* Brand Jajanan Djalu beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/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.

Jakarta, 12 Juni 2026

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a circular library stamp. The stamp contains the text 'MPTI BAWA TENGAH' and 'EANX277402890'. To the left of the stamp is a barcode.

Mada Plasindra Kelana Saragih
NIM. 2370404070

ABSTRAK

Tugas akhir ini mengkaji permasalahan rendahnya konversi penjualan langsung secara organik pada *livestream selling* TikTok Shop Jajanan Djalu akibat pola komunikasi *host* yang terlalu kasual dan ketiadaan rekayasa urgensi. Penelitian ini bertujuan merancang dan mengeksekusi strategi *direct response* secara organik untuk memotong jalur *consumer journey* dan meningkatkan volume transaksi. Landasan teori yang digunakan meliputi pemasaran organik, *social commerce*, *direct response*, serta perilaku *impulsive buying* pada produk dengan keterlibatan rendah. Metode pelaksanaan karya dijalankan melalui tiga tahapan operasional, yaitu persiapan (pra-produksi), pelaksanaan siaran (produksi), dan evaluasi data analitik (pasca-produksi). Hasil pembahasan menunjukkan bahwa sinkronisasi antara visualisasi keunggulan produk, pengulangan desakan pemicu rasa cemas kehilangan momentum, penautan produk, serta distribusi voucher terbatas secara waktu nyata sukses melipatgandakan omzet penjualan secara drastis.

Kata Kunci: *Direct Response, Impulsive Buying, Livestream Selling, Low-Involvement Product, Social Commerce.*

ABSTRACT

This final project addresses the low organic sales conversion gap during livestream selling sessions on Jajanan Djalu's TikTok Shop, caused by overly casual host communication and a lack of structured urgency. The study aims to design and execute an organic direct response strategy to shorten the consumer journey and increase net transaction volume. The theoretical framework integrates organic marketing, social commerce, direct response strategy, and impulsive buying behavior on low-involvement products. The execution follows three operational stages: pre-production (scripting and technical setup), production (live execution), and post-production (data evaluation). The discussion results indicate that the synchronization between visual product appeal, repetitive fear of missing out (FOMO) triggers, instant pin products, and real-time distribution of limited vouchers successfully generated radical sales growth.

Keywords: *Direct Response, Impulsive Buying, Livestream Selling, Low-Involvement Product, Social Commerce.*

PRAKATA

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kekuatan, kemampuan, serta kesehatan yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pembuatan Konten *Livestream Selling* Dengan Strategi *Direct Response* Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Tiktok Shop Jajanan Djalu” dengan lancar dan baik. Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Diploma 3 Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa penelitian dan perancangan yang dilakukan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, terutama dalam memahami ranah kerja konten digital sosial media dan *sosial commerce*. Oleh Karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

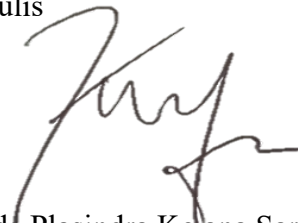
1. Dwi Riyono ST. M.Ak. Ph.D., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta;
2. Mawan Nugraha, S.Si., M.Acc., Ph.D. Wakil Direktur Bidang Akademik dan Kerja Sama;
3. Imanuel Ronald David M., MM. selaku Ketua Jurusan Komunikasi;
4. Irpan Riana, S.Sn., M.Sn., M.Sn, Sekretaris Jurusan Komunikasi;
5. Zaenab, S.S., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Periklanan;
6. Rizki Akbar Mustopa, S.Pd., Gr., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I Tugas Akhir;
7. Omar Yusuf, M.M. selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir;

8. Seluruh dosen dan tenaga pendidik yang telah membantu, melayani dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
9. Mama, Ayah, dan Kakak yang telah merawat, mengasihi, dan memberi pelajaran sejak kecil hingga bisa duduk di bangku perkuliahan;
10. Almh. Mama yang telah melahirkan, merawat, mengasihi, dan memberi pelajaran kepada penulis;
11. Muhammad Rizky Billar dan Lesti Andryani Kejora, selaku *Chief Executife Officer* dan *Owner* PT Berkah Leslar Abadi;
12. Andri Yasir, selaku *Supervisor* dan CFO PT Berkah Leslar Abadi;
13. Warga Kuproy yang menemani dan membantu penulis selama awal hingga akhir perkuliahan.
14. Noval, Farid, Diaz, Hanif, Ridho, dan Warga Kapal yang sudah menemani dan mendorong penulis dalam menyusun laporan tugas akhir;
15. Seluruh teman - teman Angkatan 13 Periklanan, yang sudah menemani penulis sedari awal mulai perkuliahan hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun guna penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Jakarta, 10 Juli 2026

Penulis



Mada Plasindra Kelana Saragih
NIM. 2370404070

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS & BEBAS PLAGIARISME ...	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR DATA STATISTIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penulisan	5
F. Manfaat Penulisan	5
1. Manfaat Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	5
2. Manfaat Bagi Perusahaan dan UMKM Serupa.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Karakteristik Komunikasi Pemasaran Digital Organik.....	7

B.	Tren & Ekosistem <i>Social Commerce</i> & Tiktok Shop.....	9
C.	Strategi <i>Direct Response</i>	11
D.	<i>Livestream Selling</i> Sebagai Wadah Strategi <i>Direct Response</i>	13
E.	Perilaku <i>Impulsive Buying</i> Pada <i>Low-Involvement Product</i>	16
BAB III METODE PELAKSANAAN.....		19
A.	Objek Penulisan	19
B.	Teknik Pengumpulan Data	20
1.	Studi Pustaka.....	20
2.	Observasi.....	20
C.	Ruang Lingkup.....	20
1.	Peran Penulis.....	20
2.	Kategori Karya	21
3.	Ide Kreatif	21
D.	Langkah Kerja.....	21
1.	Tahap Persiapan (Pra-Produksi).....	22
2.	Tahap Pelaksanaan (Produksi)	23
3.	Tahap Pasca-Produksi	24
BAB IV PEMBAHASAN.....		25
A.	Analisis Kondisi Awal.....	25
B.	Proses Produksi <i>Livestream</i> dengan Strategi <i>Direct Response</i>	28
1.	Tahap Pra-Produksi	28
2.	Tahap Produksi.....	31
3.	Tahap Pasca-Produksi	34

C.	Peningkatan Penjualan dari <i>Livestream</i> dengan Strategi <i>Direct Response</i>	34
1.	Performa <i>Livestream New Year Sale</i>	34
2.	Performa <i>Livestream Event</i> Ramadan	36
3.	Performa <i>Livestream Event</i> Idul Fitri	37
BAB V	PENUTUP	40
A.	Kesimpulan	40
B.	Saran	42
1.	Bagi Perusahaan (Jajanan Djalu)	42
2.	Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif	42
3.	Bagi Perusahaan & UMKM Serupa	43
DAFTAR PUSTAKA		45
LAMPIRAN		48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Jajanan Djalul.....	19
Gambar 2 Langkah Kerja	21
Gambar 3 <i>Briefing</i> Skema Promosi <i>Livestream</i>	28
Gambar 4 Panduan Alur <i>Livestream Selling</i>	29
Gambar 5 Persiapan Teknis <i>Livestream</i>	30
Gambar 6 <i>Set Up</i> Produk & <i>Lighting</i>	31
Gambar 7 Postingan <i>Story</i> Informasi <i>Livestream Selling</i>	31
Gambar 8 Siaran <i>Livestream Selling</i>	32
Gambar 9 Monitoring Performa <i>Livestream</i>	33

DAFTAR DATA STATISTIK

Data Grafik 1 Data Kondisi Awal Performa <i>Livestream</i> Tiktok.....	26
Data Grafik 2 Data Statistik Penjualan <i>Livestream New Year Sale</i>	35
Data Grafik 3 Data Statistik Penjualan <i>Livestream Event</i> Ramadan.....	36
Data Grafik 4 Data Statistik Penjualan <i>Livestream Event</i> Idul Fitri	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup Mahasiswa	48
Lampiran 2 Bebas Biaya Pendidikan	51
Lampiran 3 Lembar Bimbingan Tugas Akhir	52
Lampiran 4 Lembar Bimbingan Tugas Akhir	53
Lampiran 5 Pernyataan Praktik Industri.....	54
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme.....	55
Lampiran 7 Sertifikat Kompetensi	56
Lampiran 8 Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	57