

[HOME](#) / [ARCHIVES](#) / [VOLUME 4, NO. 2, DESEMBER 2024 JURNAL RISET JURNALISTIK DAN MEDIA DIGITAL \(JRJMD\)](#) / [Articles](#)

Studi Netnografi pada Akun Tiktok Fujianti Utami Putri sebagai Media Promosi Jasa Influencers

Vani Vinatalia

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Totok Wahyu Abadi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

DOI: <https://doi.org/10.29313/jrjmd.v4i2.4425>

Keywords: Netnografi, TikTok, Digital Marketing

ABSTRACT

Abstrak. Perkembangan era digital yang masih diiringi dengan maraknya kemunculan platform aplikasi TikTok, yang dimana saat ini tidak hanya dari kehidupan remaja saja mulai dari anak-anak sampai orang tua sudah mulai kecanduan memainkan media sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode netnografi. Melalui konsep ini, peneliti akan meneliti bagaimana self branding yang dibangun oleh kreator dalam membawa dirinya di TikTok, khususnya pada akun TikTok Fujianti Utami Putri. Netnografi, sebagai metode penelitian yang mengkaji aktivitas sosial di dunia digital, sangat cocok untuk memahami dinamika interaksi dan presentasi diri di media sosial. TikTok sebagai platform juga memberikan fleksibilitas dalam jenis konten yang dapat dibuat. Kreator seperti Fujianti dapat memanfaatkan berbagai format, termasuk tantangan (challenges), tutorial, review produk, dan konten kolaborasi dengan kreator lain atau merek. Penelitian ini juga membuka peluang untuk studi lebih lanjut tentang dampak TikTok pada perilaku konsumen dan bagaimana platform ini dapat digunakan untuk tujuan pemasaran lainnya.

Abstract. The development of the digital era is still accompanied by the emergence of the TikTok application platform, which is currently not only from teenage life, starting from children to parents who have begun to be addicted to playing social media. The method used in this research is the netnography method. Through this concept, researchers will examine how self-branding is built by creators in carrying themselves on TikTok, especially on Fujianti Utami Putri's TikTok account. Netnography, as a research method that examines social activities in the digital world, is very suitable for understanding the dynamics of interaction and self-presentation on social media. TikTok as a platform also provides flexibility in the type of content that can be created. Creators like Fujianti can utilize a variety of formats, including challenges, tutorials, product reviews, and collaborative content with other creators or brands. This research



[PDF](#)

PUBLISHED

2024-12-31

ISSUE

[Volume 4, No. 2, Desember 2024 Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital \(JRJMD\)](#)

SECTION

Articles

LICENSE

Copyright (c) 2024 Totok Wahyu Abadi,
Vani Vinatalia



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](#).

[MAKE A SUBMISSION](#)

[ACCREDITATION](#)



[ARTICLE PROCESSING FLOW](#)



[NAVIGATION](#)

[Focus and Scope](#)

[Author Guidelines](#)

[Peer Review Process](#)

[Editorial Board](#)

[Reviewer](#)

[Indexing](#)

[Publication Frequency](#)

[Open Access Policy](#)

[Digital Archiving](#)

[Publication Ethics](#)

[Author Fees](#)

[Plagiarism Check](#)

[Contact Us](#)