

Komunikasi Pemasaran Avvesome Project melalui Media Sosial Tiktok

Safirandy Fithri Sungkar*, M. Subur Drajat

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*safirandyaf@gmail.com, msburdrajat@gmail.com

Abstract. Avvesome Project is an individual business engaged in photography services. The social media that will be discussed in this study is TikTok. The amount of enthusiasm from TikTok users towards interesting content about the Avvesome Project presented by Rivan through his personal account @rivanrahapurna makes researchers interested in knowing the marketing communication conducted by Rivan with qualitative methods using phenomenological study approach and interactionist paradigm. The purpose of this research is 1) To find out the motive of Avvesome Project marketing communication through TikTok social media on @rivanrahapurna account in the middle of the emergency "PPKM" Java-Bali. 2) To find out the Avvesome Project marketing communication experience through TikTok social media on @rivanrahapurna in the middle of emergency "PPKM" Java-Bali, and 3) To find out the meaning of Avvesome Project marketing communication through TikTok social media on @rivanrahapurna account in the middle of emergency "PPKM" Java-Bali. In this research, the theory used is symbolic interaction theory which is fundamental to Marketing Communication and Social Media theory. The research subject of this study is Rivan Rahapurna, as the founder and manager of the Avvesome Project. The data will be collected through observation, in-depth interviews, and documentation which were then analyzed and was tested for validity through source triangulation and method triangulation. The results of this study concluded that with high consistency, Rivan was able to find his identity, to provide employment opportunities for workers in need. Rivan interprets this as a form of worship.

Keywords: *Marketing Communication, Rivan Rahapurna, Avvesome Project, TikTok, Emergency "PPKM" of Java-Bali.*

Abstrak. Avvesome Project adalah sebuah bisnis perorangan yang bergerak pada bidang jasa fotografi. Media sosial yang akan dibahas pada penelitian ini adalah TikTok. Banyaknya antusias masyarakat terhadap konten TikTok Avvesome Project yang dibawakan oleh Rivan melalui akun pribadinya @rivanrahapurna membuat peneliti tertarik untuk mengetahui komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Rivan dengan metode kualitatif menggunakan pendekatan studi fenomenologi dan paradigma interaksionis. Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui motif komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali. 2) Untuk mengetahui pengalaman komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali, dan 3) Untuk mengetahui makna komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali. Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah komunikasi pemasaran dan media sosial yang mendasar pada teori interaksi simbolik. Subjek dari penelitian ini adalah Rivan Rahapurna sendiri selaku pendiri sekaligus pengelola dari Avvesome Project. Data dikumpulkan dari Teknik observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi yang kemudian dianalisis dan diuji keabsahannya melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa dengan konsistensi yang tinggi, Rivan dapat menemukan jati dirinya, sampai menyediakan lapangan pekerjaan bagi tenaga kerja yang membutuhkan. Rivan memaknai hal tersebut sebagai suatu bentuk dari ibadah.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, Rivan Rahapurna, Avvesome Project, TikTok, PPKM Darurat Jawa-Bali*

A. Pendahuluan

Teknologi seperti kebutuhan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan. Teknologi komunikasi yang paling umum digunakan saat ini adalah telepon seluler atau *handphone*, yang telah berkembang dari waktu ke waktu menjadi *smartphone* (ponsel pintar). Ada banyak aplikasi yang mendukung aktivitas masyarakat termasuk media sosial seperti Facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram, Tiktok, dan masih banyak lagi. Selama beberapa tahun belakangan tren short video telah beredar dan berhasil memenuhi pasar digital di seluruh dunia. Salah satu platform atau aplikasi yang banyak digunakan masyarakat yang berhasil mendapat banyak perhatian adalah Tiktok. Pada tahun 2021 saat ini, Tiktok adalah media sosial yang berkembang pesat dan menjadi budaya populer di masyarakat dengan total 689 juta pengguna yang aktif perbulannya di seluruh dunia.

TikTok muncul sebagai salah satu media sosial terpopuler di tahun 2020 dengan total 850 juta unduhan, dengan Indonesia memperkuat posisinya sebagai negara dengan basis pengguna TikTok terbesar keempat di dunia dengan total 30,7 juta pengguna. Media sosial TikTok sebagai aplikasi platform yang menawarkan kreasi video menarik dengan berbagai pilihan, yang menunjukkan bahwa era digital terus mengalami perkembangan. Banyaknya konten video yang tersebar di media sosial dan negara, termasuk Indonesia (Susilowati, 2018). Banyak masyarakat Indonesia yang mengunduh dan menggunakan aplikasi TikTok untuk membuat konten yang menarik. Platform media sosial seperti ini tentunya akan sangat membantu para pelaku bisnis dalam meningkatkan penjualan produknya, terutama bagi yang fokus pada pemasaran online untuk menarik perhatian calon konsumen.

Dalam mengembangkan bisnisnya, Avvesome Project merupakan vendor dokumentasi yang didirikan dan dikelola oleh Rivan Rahapurna, yang melakukan pemasarannya melalui media sosial TikTok. Banyaknya antusias masyarakat terhadap konten TikTok menarik mengenai Avvesome Project yang dibawakan oleh Rivan melalui akun pribadinya @rivanrahapurna, membuat bisnisnya dapat bertahan bahkan berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas hingga menarik banyak calon konsumen dari *followers* bahkan *non-followers* akun Tiktoknya tersebut. Avvesome Project sendiri merupakan vendor dokumentasi yang bergerak diberbagai macam bidang, namun saat ini sedang difokuskan pada wedding & engagement. Keberhasilan pemasaran Avvesome Project melalui TikTok dibuktikan dengan antusiasme pengguna TikTok dalam menanggapi konten tersebut. Hingga saat ini *followers* atau pengikut akun TikTok @rivanrahapurna mencapai angka 24,1 ribu dengan jumlah *likes* sebanyak 1,9 juta.

Adanya Covid-19 yang mengakibatkan pemerintah menetapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) secara darurat di wilayah pulau Jawa-Bali tidak membuat Rivan menyerah untuk berperan dalam menyampaikan komunikasi pemasaran melalui media sosial TikTok. Konten yang dibawakan oleh Rivan di akun Tiktoknya mengenai Avvesome Project adalah video singkat yang berisi tentang kegiatan sehari-harinya sebagai seorang fotografer. Tidak hanya itu, Rivan membuatnya lebih menarik dengan mengemas dalam bentuk *mini vlog* sehingga membuat keunikan tersendiri bagi perspektif pengguna TikTok. Perubahan yang dirasakan oleh Rivan dapat dikatakan cukup signifikan saat pertama kali konten Tiktoknya menjadi *viral* hingga mencapai puluhan ribu penonton pervideonya. Menurut Rivan, konten yang dibawakannya mengenai Avvesome Project dapat menarik lebih banyak perhatian jika dikemas secara natural. Artinya, tidak hanya memfokuskan pada pemasaran bisnisnya tetapi juga pada pengalaman aktivitas sehari-harinya, sehingga kontennya tidak monoton.

Maka dari itu, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi akan mendapatkan alasan atau motivasi apa yang membuat Rivan Rahapurna memilih untuk melakukan pemasaran Avvesome Project melalui media soaial TikTok, Selain itu juga untuk mengetahui bagaimana pengalaman dalam mengelola komunikasi pemasaran, konten yang dibawakan, hingga makna yang diperoleh Rivan Rahapurna terhadap Avvesome Project pada akun Tiktok pribadinya di tengah PPKM Darurat Jawa-Bali.

Teori-teori yang mendukung penelitian ini diantaranya adalah Interaksionisme simbolik, yang merupakan teori yang mempelajari mengenai interaksi antar individu melalui pernyataan simbol, karena esensi interaksi simbolik terletak pada komunikasi melalui simbol-

simbol yang bermakna. Individu dilihat sebagai objek yang bisa secara langsung ditelaah dan dianalisis melalui interaksinya dengan individu lain. Individu ini berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol, yang di dalamnya berisi tanda-tanda, isyarat, dan kata-kata (Jazuli, 2014: 122). Dengan teori interaksi simbolik, peneliti dapat mempelajari interaksi dari Rivan dan *followers* TikTiknya mengenai komunikasi pemasaran Avvesome Project yang dilakukannya.

Dari penerapan konteks penelitian tersebut, peneliti ingin mengetahui dan menganalisis lebih dalam mengenai Komunikasi Pemasaran Avvesome Project yang dilakukan oleh Rivan Rahapurna dimaksimalkan melalui akun TikTok pribadinya, @rivanrahapurna pada saat PPKM Darurat Jawa-Bali yang membuat terbatasnya aktivitas secara langsung. Maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fenomena motif komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali.
2. Untuk mengetahui pengalaman komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali.
3. Untuk mengetahui makna komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Peneliti akan mendapat alasan atau motivasi apa yang membuat Rivan Rahapurna memilih untuk melakukan pemasaran Avvesome Project melalui media soaial TikTok, Selain itu juga untuk mengetahui bagaimana pengalaman dalam mengelola komunikasi pemasaran, konten yang dibawakan, hingga makna yang diperoleh Rivan Rahapurna terhadap Avvesome Project pada akun TikTok pribadinya di tengah PPKM Darurat Jawa-Bali.

B. Metodologi Penelitian

Metode kualitatif menggunakan pendekatan studi fenomenologi dan paradigma interaksionis. Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk mengetahui motif komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali. 2) Untuk mengetahui pengalaman komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali, dan 3) Untuk mengetahui makna komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok pada akun @rivanrahapurna di tengah PPKM darurat Jawa-Bali.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Rivan Rahapurna

1. Ramah

Rivan adalah orang yang ramah dan mudah bergaul. Rivan tutur katanya baik, menghormati, menyenangkan dan juga senang diajak diskusi atau berbicara. Maka tepat, jika Rivan disebut ramah, dimana sesuai pengertian KBBI yaitu baik hati dan menarik budi bahasanya, manis tutur kata dan sikapnya, suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan. Artinya sikap ramah Rivan sesuai dengan pengertian atau definisi ramah yang sesungguhnya berdasarkan KBBI.

2. Pekerja keras

Rivan adalah seorang pekerja keras. Hal ini terlihat dari bagaimana Rivan sangat fokus dalam mengembangkan akun tiktoknya. Dimana Rivan terbilang rutin *update* atau *posting* Video melalui akun tiktoknya, berdasarkan pengamatan peneliti Rivan bisa mengunggah satu video per-hari, walaupun tidak selalu rutin seperti itu, misal ada beberapa minggu Rivan tidak rutin mengunggah video, Rivan menginisiasinya pada hari-hari setelah hiatus, Rivan bisa mengunggah 2 sampai 3 video dalam sehari.

3. Humoris

Rivan suka menghibur dan membuat orang lain tertawa. Peneliti dapat menyimpulkan hal ini berdasarkan konten-konten yang diunggah Rivan di tiktok. Dimana selain membagikan seputar pekerjaannya sebagai Fotografer, ia juga membagikan konten-konten lucu

kesehariannya seperti konten parodi bahkan minivlog yang ia unggah di Tiktok menggambarkan Rivan termasuk orang yang humoris.

4. Easy going

Rivan termasuk pribadi yang apa adanya dan mudah bergaul. Rivan seringkali memanfaatkan waktu luangnya untuk menambah relasi atau bersosialisasi di suatu coffee shop Bersama teman-temannya. Selain itu terlihat dari akun Tiktok Rivan dimana ia memiliki 24.500 *followers*, selain memiliki *followers* yang cukup banyak, Rivan juga sering membalas komentar yang diberikan penonton atau berinteraksi dengan *followers*-nya.

5. Ekstrovert

Rivan adalah orang yang asik, dilihat dari konten yang diunggahnya melalui media sosial, terlihat Rivan sering memposting dirinya sedang menari atau melakukan kegiatan yang jahilnya untuk menghibur teman dan juga followersnya. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa orang dengan kepribadian ekstrovert senang dengan keramaian serta senang berinteraksi baik kepada orang yang dikenal maupun tidak.

6. Rajin

Rivan tergolong mahasiswa yang rajin. Pada saat menjadi seorang mahasiswa pun dirinya sudah memiliki pekerjaan sampingan yaitu sebagai seorang fotografer. Pekerjaan tersebut tidak mengganggu aktivitasnya dalam mengikuti perkuliahan. Rivan tetap menjadi mahasiswa yang rajin walaupun terkadang tugas dan pekerjaannya menumpuk, Rivan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi.

Avvesome Project

1. Mengagumkan

Avvesome Project berasal dari kata “Awesome” yang artinya mengagumkan. Rivan ingin membuat semua orang baik yang memakai jasanya maupun hanya sebagai penikmat karyanya merasa kagum dengan apa yang telah Avvesome Project kerjakan. Mengetahui orang merasa kagum menjadi suatu pencapaian tersendiri bagi Rivan dan Avvesome Project.

2. Dokumentasi

Avvesome Project merupakan sebuah vendor dokumentasi dari berbagai macam bidang. Mulai dari foto makanan, jalanan, pemandangan, wisuda, pernikahan, dan lain-lain dapat dikerjakan oleh Avvesome Project secara dokumentasi berupa foto maupun videografi. Rivan pun menjelaskan lagi seputar bisnisnya, *“Intinya kaya lebih ke Production House sih, buat segala macam bidang yang bagian visual kita lakuin. Contoh kalo ada orang yang butuh marketing atau design di Instagram atau TikTok kita bisa lakuin. Atau pun buat foto-foto. Cuma lebih banyaknya kita dapet jobnya tuh di arah wedding documentation”*.

3. Wedding & engagement

Untuk saat ini Avvesome Project lebih difokuskan pada *wedding & engagement*. Peneliti mengacu pada hasil wawancara dengan Rivan, dimana ia menyampaikan bahwa *“Lebih banyaknya kita dapet jobnya tuh di arah wedding documentation”*. Menyimpulkan dari jawaban Rivan, rata-rata client Avvesome Project membutuhkan jasa *wedding documentation* ketimbang jasa lain seperti desain untuk Instagram atau TikTok. Bagi Rivan hal ini terjadi dikarenakan Avvesome Project masih merintis jadi tidak masalah sejauh ini masih banyak yang memilih jasa *wedding documentation*, dikarenakan Rivan dan team pun sambil turut eksplorasi berkaitan jasa desain untuk konten Instagram dan Tiktok sehingga kedepannya *client*-nya bisa sebanyak jasa *wedding documentation* yang ditawarkan Avvesome Project.

4. Unik

Konten TikTok mengenai Avvesome Project berbeda dengan yang lainnya dalam hal melakukan komunikasi pemasaran. Hal ini dikarenakan akun tiktok Riva tidak hanya berfokus pada konten yang berkaitan pekerjaannya yaitu fotografer, melainkan juga konten keseharian dan konten iseng. Selain itu Rivan juga tidak menggunakan copywriting yang muluk-muluk dalam mempromosikan jasanya sebagai fotografer, melainkan dengan menggunakan kata-kata sehari-hari yang relate dengan banyak orang baik followersnya atau sekadar penonton biasa. Pendekatannya dengan followers bukan seperti hubungan bisnis yang formal atau kaku, melainkan seperti teman dikarenakan cara Rivan mempromosikan jasanya yang begitu apa

adanya tapi nyatanya tetap membawa keuntungan baginya dan followers atau penontonn pun tetap tergiur menggunakan jasanya.

Motivasi Rivan dalam mengelola Avvesome Project

1. Penghasilan

Tujuan utama yaitu mendapat penghasilan. Berdasarkan hasil wawancara, Rivan hanya mengatakan *“Tujuannya buat nyari uanglah hahaha”*. Kemudian peneliti bertanya lagi. Selain memang motifnya untuk mendapatkan uang atau sumber penghasilan. Diketahui juga berdasarkan wawancara bahwa Rivan memang memiliki hobi serta *passion* pada fotografi. Sama halnya seperti apa yang diucapkan Rivan yaitu *“Dulu berawal dari hobi, sekarang udah jadi profesi.”*

2. Jati diri

Rivan menemukan jati dirinya, sebagaimana hasil wawancara, Rivan mengatakan *“Karena dari foto aku bisa mengeksplorasi banyak hal gitu intinya. Selain itu aku juga bisa menyediakan lapangan pekerjaan, walaupun ngga banyak tapi seengganya aku bisa bantu orang”*. Dari sini peneliti dapat menyimpulkan bahwa Rivan nyaman dengan profesinya sebagai fotografer sehingga ia bisa menikmati dalam proses eksplorasi profesinya. Hal ini lah yang membuat Rivan merasa ia mampu menemukan jati dirinya selama menjadi fotografer. Dengan menjadi fotografer ia menemukan semangat yang tinggi dalam menjalani kesehariannya dan merasa produktif dengan kegiatannya menjadi fotografer.

3. Lapangan pekerjaan

Rivan jugadapat menyediakan lapangan pekerjaan untuk yang membutuhkan. Bagi Rivan memutuskan untuk membuka bisnis Avvesome Project ini, selain untuk dirinya juga untuk orang lain. Hal ini dikarenakan karena Rivan tidak melulu sendirian dalam menjalani Project melainkan dengan beberapa orang atau *team*. Dikarenakan selama Project bukan hanya tiba-tiba motret aja tapi ada konsep dan hal-hal lain yang dilakukan sebelum melaksanakan Project. Sebagaimana jawaban Rivan *“Biasanya kita kaya foto-foto, abis itu kita nentuin dulu moodboardnya, storyboardnya. Kalau misalkan kita udah tau mau foto kaya gimana yaudah abis itu kita langsung prepare buat foto.”*

Pemhalaman Rivan dalam mengelola Avvesome Project

1. PPKM darurat Jawa-Bali

Adanya pandemi Covid-19 sempat menjadi hambatan bagi Rivan dalam mengembangkan Avvesome Project. Namun Rivan tetap mampu mengatasinya. Berdasarkan hasil wawancara Rivan menjawab *“Caranya dengan membuat promo-promo sih. Karena kan sekarang lagi turun tuh, orang-orang banyak yang nikah juga. Jadi yaudah tuh kita buat promo”*. Lalu dilanjutkan lagi oleh Rivan dengan membahas bentuk promo yang ditawarkan Avvesome Project *“Promonya dalam bentuk potongan harga, dalam bentuk penambahan output yang kita berikan, kaya gitu”*.

2. TikTok

Rivan melakukan tindakan komunikasi pemasaran untuk menarik konsumen melalui beberapa media sosial. Berdasarkan jawaban Rivan, komunikasi pemasaran yang paling berhasil disampaikan melalui Tiktok. Rivan pun menjelaskan mengapa hal tersebut terjadi.

“Di TikTok itu sekarang dia tidak memandang apapun itu karena siapaun bisa menjadi terkenal atau viral di TikTok. Karena dia tidak melihat segmentasinya. Contoh kalau misalkan orang yang tidak pernah terkenal sebelumnya bisa menjadi tiba-tiba terkenal di TikTok, bisa kaya gitu. Konten dia lucu, bagus, atau garing bisa terkenal juga, mau fisik kaya gimana bisa terkenal juga, gitu”.

3. Berkembang

Media sosial TikTok sangat berperan penting dalam berkembangnya Avvesome Project. Selain itu Rivan menjelaskan mengapa Tiktoknya bisa berkembang. *“Konsisten dengan cara apaya lebih kearah kita harus rajin-rajin, karena ketika kita semangat dan konsisten itu kan pasti menarik banyak perhatian jadi bakal terus-terusan “fyp” tuh di TikTok. Jadi mau ga mau kita konsistennya dengan cara tiap hari kalo ada job ya harus selalu didokumentasikan, harus*

selalu inget, jangan sampe lupa gitu. Apaun hal-hal kecil harus bisa dijadiin sebuah marketing di TikToknya. Entah itu Cuma berapa detik doang buat Avvesome Projectnya, tapi bisa berpengaruh juga kalo kita upload ke TikTok dengan cara ya upload aja segala hal yang berbau Avvesome Project”.

4. Konsisten

Interaksi yang dilakukan Rivan kepada followers TikToknya membuat *impression*-nya meningkat sehingga Avvesome Project juga mendapat perhatian lebih. Selain itu juga Rivan beberapa kali membuat konten tips atau info berkaitan Media Sosial yang dimana menjadi salah satu Video Rivan yang viral ditonton sebanyak 4,2 juta *viewers*. Videonya menjelaskan cara *repost* instastory menggunakan background. Lalu juga konten-konten inspirasi outfit untuk laki-laki juga mendapatkan banyak *viewers*, yang terbanyak ditonton 575 ribu *viewers*. Dari paparan diatas membuktikan bahwa konten-konten selain berkaitan pekerjaan atau bisnis mampu menaikkan *impression* untuk akun Tiktok Rivan.

Makna Rivan dalam mengelola Avvesome Project

1. Dermawan

Rivan membantu sebagian orang dengan menyisihkan penghasilannya. Dapat dilihat dari diunggahnya melalui sosial media, tidak jarang Rivan berbagi dengan followersnya. Rivan sering membagikan uang ataupun voucher elektronik kepada followersnya yang berhasil atau memenangkan suatu quiz yang dibuat oleh Rivan

2. Bersyukur

Dilihat dari kegiatan sehari-hari Rivan yang diunggahnya melalui sosial media, tidak jarang Rivan berbagi dengan followersnya. Rivan sering membagikan uang ataupun voucher elektronik kepada followersnya yang berhasil atau memenangkan suatu quiz yang dibuat oleh Rivan. Dapat disimpulkan, sifat Rivan yang suka berbagi tersebut adalah karena dirinya selalu bersyukur. Rivan tidak lupa darimana dia berasal, dan siapa yang membuatnya sampai pada saat ini.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pembahasan mengenai Komunikasi Pemasaran Avvesome Project melalui Media Sosial TikTok, peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

Fenomena motif komunikasi pemasaran pada Avvesome Project yang dibawakan oleh Rivan melalui media sosial TikTok yaitu:

1. Dari ingin mencari penghasilan sendiri, saat ini Rivan dapat menyediakan penghasilan bagi beberapa orang kru yang bekerja bersamanya dalam Avvesome Project
2. Rivan telah berhasil menemukan jati dirinya
3. Rivan juga dapat menyediakan lapangan pekerjaan bagi tenaga ahli yang membutuhkan.

Pengalaman komunikasi pemasaran Avvesome Project yang dialami Rivan melalui media sosial TikTok yaitu, dengan konsistensi yang tinggi, Rivan dapat mempertahankan bahkan mengembangkan Avvesome Project melalui media sosial TikTok sehingga adanya PPKM darurat Jawa-Bali sudah tidak menjadi hambatan lagi bagi Avvesome Project.

Rivan memaknai pengalamannya dalam komunikasi pemasaran Avvesome Project melalui media sosial TikTok adalah suatu bentuk ibadah. Rivan sangat senang dapat menyediakan jasa dokumentasi, terlebih para konsumen yang merasa puas dengan hasil Avvesome Project.

Daftar Pustaka

- [1] Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- [2] Creswell, J. W. 2013. *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches (3rd Ed)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- [3] Hamzah, Amir. 2020. *Metode Penelitian Fenomenologi*. Malang :Literasi Nusantara

- [4] Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- [5] Karlfried Knapp & Brauner. 2003. *Meeting the Intercultural Challenge*.
- [6] Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Kosepsi, Pedoman dan Contoh Penelitiannya*. Bandung : Widya Padjadjaran.
- [7] Kotler, Philip. (2009) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- [8] Little John, Stephen W and Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- [9] Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Posdayakarya
- [10] Moleong, Lexi J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Offset
- [11] Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- [12] Nasution. 2013. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- [13] Santori, Djam'an dan Aan Komariah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [14] Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- [15] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.litt
- [16] Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- [17] Suherman, Eman. 2010. *Business Enterpreneur*. Bandung: Alfabet
- [18] Karim, Iqbal Yusra. 2021. *Peran Instagram @greenarationid sebagai Media Kampanye Ramah Lingkungan*. Jurnal Riset Public Relation Universitas Islam Bandung. Volume 1, nomor 2, Tahun 2021.