

**EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL : ANALISIS
KONSEP MEDIA PROMOSI OLEH PERHIMPUNAN PEDAGANG
PASAR LEGI DI TIKTOK**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Hilda Maylawati

22241035

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2026

**EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL : ANALISIS
KONSEP MEDIA PROMOSI OLEH PERHIMPUNAN PEDAGANG
PASAR LEGI DI TIKTOK**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Syarat Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Oleh :
Hilda Maylawati**

22241035

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Hilda Maylawati/22241035 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 23 April 2026

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Ayub Dwi Anggoro, Ph.D

NIDN.075038605

Dosen Pembimbing II



Dr. Eli Purwati, M.I. Kom

NIDN.0702088201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Hilda Maylawati/22241035 ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Rabu

Tanggal : 6 Mei 2026

Pukul : 11.00 – 11.45

DEWAN PENGUJI

PENGUJI I



Deny Wahyu Triana, M.I.Kom
NIDN.0707078204

PENGUJI II



Dr. Eli Purwati, M.I.Kom
NIDN.0702088201

PENGUJI III



Avub Dwi Anggoro, Ph.D
NIDN.0725038605

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu
Politik



Dr. Rahby Barwis Nasution, M.A
NIK.19860228 202109 12

PERNYATAAN HASIL KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hilda Maylawati

Alamat : Jl.D.I Panjaitan Siman Ponorogo

NIM : 22241035

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

**EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL : ANALISIS KONSEP
MEDIA PROMOSI OLEH PERHIMPUNAN PEDAGANG PASAR LEGI DI
TIKTOK**

Dalam observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Ponorogo, 6 Juli 2026



(Hilda Maylawati)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Eksistensi Pasar Tradisional Di Era Digital : Analisis Konsep Media Promosi Oleh Perhimpunan Pedagang Pasar Legi Di TikTok”

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi pengetahuan maupun pengalaman. Oleh karena itu,selama proses penyusunan,penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Robby Darwis Nasution, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho, M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Bapak Ayub Dwi Anggoro,Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan arahan,serta motivasi selama penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh Informan yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi selama proses penelitian
5. Kedua Orang Tua Penulis Papa dan Mama yang telah memberikan doa,dukungan dan semangat
6. Kakak Perempuan Penulis, Niken Nur Fitriana,S.Pd.,Gr sosok yang menjadi pilar kekuatan dan sumber harapan selama menempuh Pendidikan ini. Kakak yang dengan penuh keikhlasan telah memenuhi setiap kebutuhan, fasilitas dan biaya kuliah penulis tanpa pernah mengeluh

sedikitpun. Dibalik senyum dan kesederhanannya, tersimpan perjuangan dan harapan besar yang memungkinkan penulis menempuh Pendidikan hingga tahap ini..

7. Sosok yang tidak kalah penting, Angga Wahyudi. Terima Kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis dalam Menyusun skripsi. Yang memberikan semangat dukungan mental ataupun moril untuk terus maju dalam meraih mimpi saya. Terima Kasih telah menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan menyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini selesai.
8. Teman Teman “Sobat Sambat” Marcella Novi, Oilin Denti, Helpani Elvaretta yang selalu memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman Teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 yang telah kebersamaan penulis hingga berhasil menyelesaikan masa studi ini.
10. Terakhir kepada Hilda Maylawati ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai di titik ini. Terima kasih untuk tetap bertahan tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak pernah takut untuk mencoba. God thank you for being me independent woman, I know there are more great ones but I’m proud of this achievement.

Penulis hanya dapat mendoakan semoga segal bantuan, kebaikan, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak pihak yang membutuhkan

Ponorogo, 23 Juni 2026

Penulis

MOTTO

“ Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan”

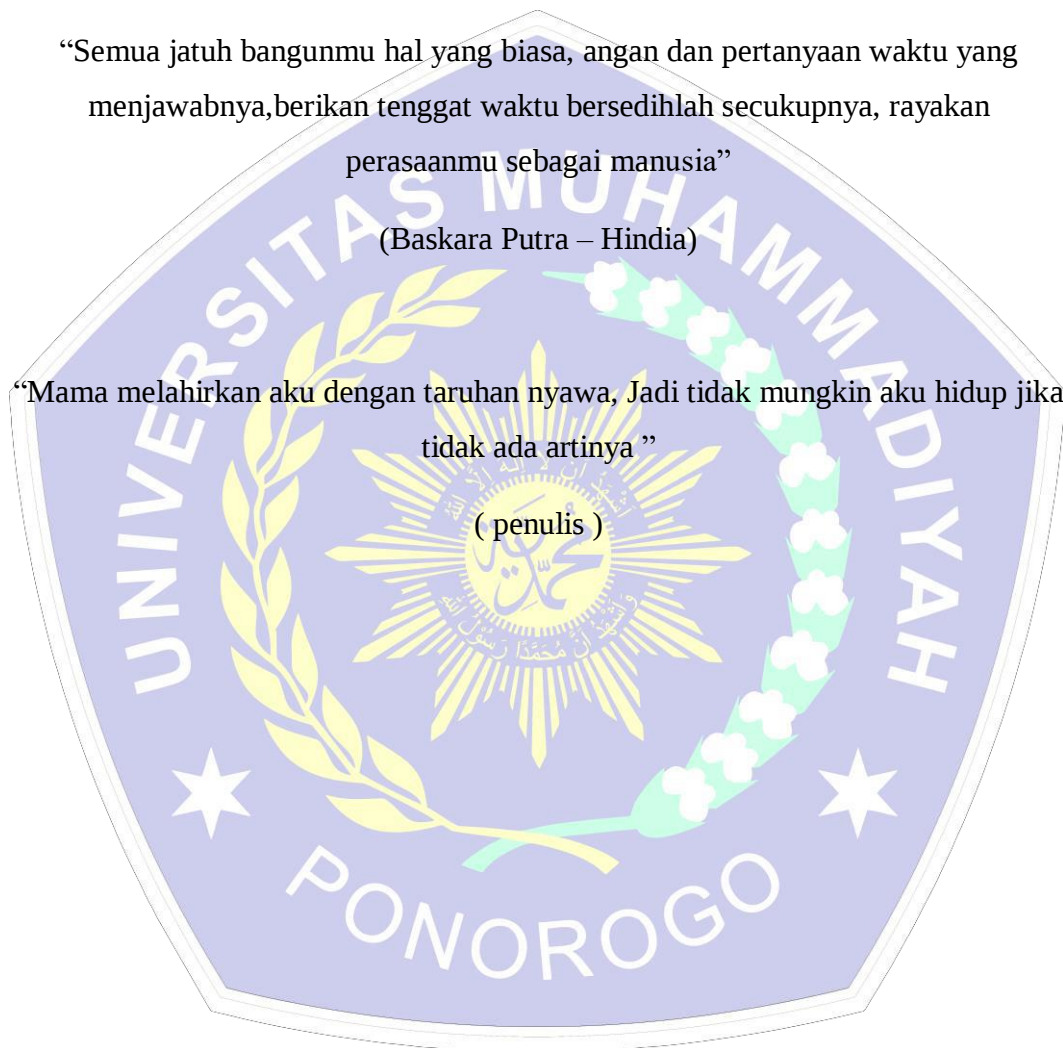
(Q.S Al-Insyirah:5-6)

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pertanyaan waktu yang
menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan
perasaanmu sebagai manusia”

(Baskara Putra – Hindia)

“Mama melahirkan aku dengan taruhan nyawa, Jadi tidak mungkin aku hidup jika
tidak ada artinya ”

(penulis)



ABSTRAK

EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL : ANALISIS KONSEP MEDIA PROMOSI OLEH PERHIMPUNAN PEDAGANG PASAR LEGI DI TIKTOK

HILDA MAYLAWATI

22241035

Penelitian ini bertujuan untuk “ menganalisis konsep media promosi oleh perhimpunan pedagang pasar legi di TikTok”. Perkembangan digital yang pesat dapat mengancam keberadaan pasar tradisional seperti pasar legi. Maraknya fenomena berbelanja online melalui platform e-commerce menuntut pedagang untuk bisa beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial salah satunya TikTok sebagai media promosi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi terhadap pedagang yang aktif menggunakan TikTok sebagai media promosi dengan menggunakan konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial TikTok oleh pedagang belum optimal kreativitas pedagang masih sangat terbatas dalam pembuatan konten video, live streaming dan pemanfaatan fitur fitur lainnya.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah eksistensi pasar legi masih bisa di pertahankan, namun diperlukan peningkatan kreativitas sumber daya manusia khususnya dalam hal literasi digital dan skill pembuatan konten video promosi untuk menarik perhatian konsumen.

Kata kunci :Pasar Tradisional, media promosi, AIDA

ABSTRACT

EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DI ERA DIGITAL : ANALISIS KONSEP MEDIA PROMOSI OLEH PERHIMPUNAN PEDAGANG PASAR LEGI DI TIKTOK

HILDA MAYLAWATI

22241035

This study aims to "analyze the concept of promotional media by the Legi Market traders association on TikTok." The rapid development of digital technology can threaten the existence of traditional markets such as Legi Market. The widespread phenomenon of online shopping through e-commerce platforms requires traders to be able to adapt by utilizing social media, one of which is TikTok, as a promotional medium.

This study uses a qualitative approach with a descriptive method, with data collection techniques through interviews, observations, and documentation of traders who actively use TikTok as a promotional medium, applying the AIDA concept (Attention, Interest, Desire, Action). The results of the study show that the use of TikTok social media by traders is not yet optimal; traders' creativity is still very limited in creating video content, live streaming, and utilizing other features.

The conclusion of this study is that the existence of Legi Market can still be maintained. However, it is necessary to increase human resource creativity, particularly in terms of digital literacy and promotional video content creation skills to attract consumer attention.

Keywords: Traditional Market, promotional media, AIDA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK	9
ABSTRACT	10
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I.....	16
A. Latar Belakang	16
B. Rumusan Masalah	22
C. Tujuan Penelitian.....	22
D. Manfaat Penelitian	22
BAB II	24
A. Landasan Teori	24
1. Pasar Tradisional Di Era Digital	24
a. Definisi Dan Karakteristik Pasar Tradisional.....	24
2. Media Promosi	27
b. Fungsi Media Promosi	28
3. Media Sosial.....	29
4. Tiktok	33
a. Definisi Tiktok	33
5. Strategi promosi TikTok.....	35
6. Teori Model Hierarki Effect (Hierarchy of effect models)	37
B. Penelitian Terdahulu.....	38

C.	Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III.....		42
A.	Tempat Dan Waktu Lokasi Penelitian.....	42
B.	Jenis Penelitian.....	42
C.	Subjek Penelitian.....	43
D.	Data Dan Sumber Data.....	43
E.	Teknik Pengumpulan Data	44
BAB IV		46
A.	Gambaran Umum Lokasi Dan Subjek Penelitian	46
B.	Visi dan Misi Pasar Legi Ponorogo.....	48
C.	Perhimpunan Pedagang Pasar Legi.....	48
D.	Media Sosial Tiktok Pedagang Pasar Legi Ponorogo	49
E.	Hasil Penelitian konsep media promosi melalui plarform TikTok dengan menggunakan Model Hierarki Of Effect (AIDA) Oleh Pedagang Pasar Legi Ponorogo	51
F.	Hasil Analisis Konsep Media Promosi Oleh Perhimpunan Pedagang Pasar Legi Di TikTok.....	66
G.	Interpretasi Eksistensi Pasar Tradisional Di Era Digital.....	69
BAB V.....		72
	KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
A.	Kesimpulan.....	72
B.	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....		lxxvi
LAMPIRAN.....		lxxviii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun TikTok Pedagang Pasar Legi

Gambar 2 Kerangka Berpikir

Gambar 3 Akun TikTok Pedagang Pasar Legi



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 : Dokumentasi Wawancara

Lampiran 3 : Keterangan Plagiasi

