

ABSTRAK

Penelitian ini di latarbelakangi oleh perkembangan media sosial yang sudah sangat pesat yang menyebabkan media sosial digunakan sebagai media promosi atau marketing yang salah satunya adalah media sosial tiktok yang sekarang ramai digunakan untuk media promosi bagi peusahaan, Salah satu toko yang memanfaatkan media sosial untuk melakukan pemasaran adalah @muhunstore. Tujuan penelitian ini untuk menemukan dan menjelaskan memahami khalayak, menyusun pesan persuasif dan menetapkan metode dalam strategi komunikasi pemasaran @Muhunstore melalui media sosial tiktok.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivistik. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam, observasi partisipan, studi pustaka dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah tiga orang yang mengelola akun media Tiktok Muhun Store dan dua orang narasumber yang telah peneliti pilih. Pengambilan informan yang dilakukan melalui purposive sampling. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memahami khalayak di Muhun Store sanagat memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada media sosial Tiktok untuk melakukan komunikasi dengan khalayak secara rutin untuk bisa memahami khalayak selain memanfaatkan fitur yang tersedia Muhun Store juga selalu mengikuti tren yang sedang ramai di media sosial Tiktok. Dalam menyusun pesan secara persuasif Muhun Store selalu mengawali dengan mencari referensi setelah itu memahami dengan baik dan mempelajari sterkait produk yang akan dipasarkan lalu menenukan target yang akan menjadi sasaran dari pesan ini dan disamapiakan melaluai audio visual yang menarik serta Dalam menetapkan metode yang digunakan oleh Muhun Sotore dalam melakukan komunikasi pemsaran di media sosial tiktok menggunakn metode pengulangan dengan cara mengulang secara rutin upload konten dan live streaming, serta menggunakan metode dialog untuk memberikan pemahan dan mebujuk dalam kegiatan live stremaing dan Q&A yang dilakukan

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Media Sosial, TikTok.

ABSTRACT

This research is motivated by the rapid development of social media which causes social media to be used as promotional or marketing media, one of which is TikTok social media which is now widely used for promotional media for companies, One of the stores that use social media to do marketing is @muhunstore. The purpose of this study is to find and explain understanding audiences, compiling persuasive messages and establishing methods in marketing communication strategies @Muhunstore through tiktok social media.

This research uses qualitative methods and uses a constructivistic paradigm. The data collection techniques used were in-depth interviews, participant observation, literature studies and documentation. The informants in this study amounted to three people who managed the Tiktok Muhun Store media account and two sources who had been selected by researchers. The retrieval of informants is done through purposive sampling. Data analysis techniques used in this study are data reduction, data presentation, conclusions.

Result This research shows that in understanding the audience at Muhun Store, sanagat utilizes the features on Tiktok social media to communicate with audiences regularly to be able to understand the audience, in addition to utilizing the available features, Muhun Store also always follows trends that are currently crowded on Tiktok social media. In compiling messages persuasively, Muhun Store always starts by looking for references, after that understand well and learn about the products to be marketed, then determine the target that will be the target of this message and equalized through interesting audio visuals, and In determining the method used by Muhun Sotore in conducting communication advice on social media, TikTok uses the repetition method by repeating regularly uploading content and live streaming, as well as using dialogue methods to provide understanding and persuasion in live stremaing and Q&A activities carried out

Keywords: Communication Strategy, Social Media, TikTok.