

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “Komunikasi Pemasaran Online Shop Melalui Aplikasi Tiktok : Studi Kasus Akun Pada Online Shop Tapax Official” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemasaran pada Aplikasi Tiktok akun Tapax Official.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus menggunakan melakukan observasi, wawancara mendalam, dan teknik pengumpulan data terdokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini informan kunci yaitu Admin media sosial dan Content Creator.

Hasil penelitian ini adalah. (1) Komunikasi Pemasaran Pada Aplikasi TikTok online shop Tapax Official adalah menggunakan komunikasi tak langsung mirip *Live Streaming*. Fungsi dari *Live Streaming* sendiri untuk memasarkan produk kepada konsumen menggunakan menjelaskan detail produk. (2) Konten yang dipakai untuk menarik Konsumen Pada Aplikasi Tiktok konten yang dibuat yaitu konten informasi, konten testimonial, konten hiburan. (3) Komunikasi Pemasaran Tapax Official Melalui Aplikasi TikTok adalah menggunakan memanfaatkan fitur promo yang sudah tersedia pada aplikasi Tiktok.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Tiktok, Live Streaming, Online Shop

ABSTRACT

This research was conducted to find out "Online Shop Marketing Communication Through the Tiktok Application: Case Study Accounts at the Tapax Official Online Shop" This study aims to find out how marketing is on the Tiktok application for the Tapax Official account.

This study uses a qualitative descriptive method with a case study approach by conducting observations, in-depth interviews, and documented data collection techniques. Data analysis techniques used in this research are data reduction, data presentation, and conclusion drawing. In this study the key informants are social media admins and content creators.

The results of this study are. (1) Marketing Communication on the Tapax Official TikTok online shop application is to use indirect communication such as Live Streaming. The function of Live Streaming itself is to market products to consumers by explaining product details. (2) The content used to attract consumers on the Tiktok Application, the content created is informative content, testimonial content, entertainment content. (3) Tapax Official Marketing Communication Through the TikTok Application is by utilizing the promo features that are already available on the Tiktok application.

Keyword : *Marketing Communication, Tiktok, Live Streaming, Online Shop*