

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang “Strategi komunikasi pemasaran honestbag.shop dalam meningkatkan penjualan melalui media sosial TikTok (Studi Kasus Pada Akun Media Sosial TikTok @honestbag.shop)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas penjualan melalui akun TikTok @honestbag.shop, mengidentifikasi bagaimana strategi honestbag.shop dalam meningkatkan penjualan serta menganalisis mengapa honestbag.shop menggunakan aplikasi TikTok sebagai media promosi bisnis.

Sehingga penelitian ini dengan menggunakan teori Komunikasi Pemasaran menurut Kotler dan Keller. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus, melakukan teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) honestbag.shop memilih menggunakan TikTok sebagai media promosi bisnis dikarenakan banyak sekali pengguna TikTok saat ini sehingga penjualan selalu meningkat (2) Strategi yang dilakukan honestbag.shop pada saat live streaming yaitu dengan cara mempromosikan produk secara detail, melihat pasar baik usia maupun gender, serta membuat informasi waktau yang akan dilakukan untuk memulai live streaming kepada pengguna TikTok. (3) dalam meningkatkan penjualan honestbag.shop melakukan komunikasi pemasaran pada saat live streaming TikTok sehingga memiliki ciri khas atau keunikan pada mempromosikan produknya.

Kata Kunci: honestbag.shop , TikTok, Promosi, Strategi komunikasi Pemasaran, Live Steaming.

ABSTRACT

This research discusses the "Marketing communication strategy of honestbag.shop in increasing sales through TikTok social media (Case Study on TikTok Social Media Account @honestbag.shop)". The purpose of this study is to understand sales activities through the TikTok account @honestbag.shop, identify honestbag.shop's strategies in boosting sales, and analyze why honestbag.shop uses the TikTok app as a business promotion medium.

The research employed a qualitative approach through a case study method, utilizing data collection techniques such as observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis techniques used in this study included data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The findings indicate that (1) honestbag.shop chose to use TikTok as a business promotion medium due to the large number of TikTok users, resulting in increased sales; (2) The strategies employed by honestbag.shop during live streaming involve detailed product promotion, understanding the market demographics (age and gender), and providing information in advance to TikTok users about the timing of live streams. (3) In enhancing sales, honestbag.shop engages in marketing communication during TikTok live streaming to create distinctive or unique features in promoting its products.

Keywords: honestbag.shop, TikTok, Promotion, Marketing communication strategy, Live Streaming

