

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh akun TikTok *MirrorSpace* dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan (*Customer Engagement*) di platform TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang melibatkan observasi pada akun tiktok *@MirrorSpace*, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *MirrorSpace* berhasil meningkatkan *customer engagement* melalui beberapa strategi komunikasi pemasaran yang inovatif. Strategi tersebut mencakup pembuatan konten yang se-menarik mungkin, kolaborasi dengan *influencer*, serta program *affiliator*, dan penggunaan *Live Streaming* selama 24 jam untuk mendorong interaksi langsung dengan audiens. Selain itu, *MirrorSpace* juga memanfaatkan data analitik untuk memahami tren dan preferensi pengguna, sehingga dapat menyusun konten yang relevan dan menarik.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang efektif di TikTok membutuhkan kombinasi antara kreativitas dalam konten dan pemahaman mendalam tentang algoritma serta perilaku pengguna. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi para pemasar dalam merancang dan mengimplementasikan strategi yang mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan di platform media sosial terutama TikTok.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *Customer Enggament*, Media Sosial.

ABSTRACT

This research aims to explore the marketing communication strategies used by the TikTok MirrorSpace account to increase customer engagement on the TikTok platform. This research uses a qualitative approach with a case study method, which involves observations on the TikTok account @MirrorSpace, in-depth interviews and documentation.

The research results show that MirrorSpace has succeeded in increasing customer engagement through several innovative marketing communication strategies. This strategy includes creating content that is as interesting as possible, collaborating with influencers, affiliate programs, and using Live Streaming for 24 hours to encourage direct interaction with the audience. Apart from that, MirrorSpace also utilizes analytical data to understand user trends and preferences, so that it can create relevant and interesting content.

This research concludes that an effective marketing communications strategy on TikTok requires a combination of creativity in content and a deep understanding of algorithms and user behavior. These findings provide important insights for marketers in designing and implementing strategies that can increase customer engagement on social media platforms, especially TikTok.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Customer Engagement, Social Media.