

ABSTRAK

Clarissa Eldora Yoe (01041180053)

PENERAPAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* PT SOSIAL BERKAT KREATIF INDONESIA TERHADAP YOTTA TOYS DI TIK TOK

(xv + 94 halaman; 38 gambar; 1 tabel; 9 lampiran)

Katakunci: *social media marketing*, *social media*, tiktok

Seluruh manusia sudah terikat dengan internet dimana hal tersebut sangat diperlukan oleh manusia di era digital. Platform media secara perlahan – lahan mulai menjadi sarana komunikasi yang memudahkan manusia untuk bersosialisasi dengan lingkungannya. Karena hal tersebut, *social media marketing* mulai diperlukan oleh setiap pemilik usaha karena media sosial sudah menjadi perantara antara penjual dengan pembeli untuk saling bertukar barang dan jasa.

Yotta Toys merupakan salah satu UMKM yang menjual mainan anak – anak berbahan dasar AKI yang tidak mengerti dengan media sosial terutama TikTok. Karena hal tersebut, PT Sosial Berkat Kreatif Indonesia yang dibangun pada Juni 2020 dengan dorongan hati untuk membantu setiap UMKM yang tidak terlalu paham dengan *social media marketing*. Tujuan yang dimiliki ialah agar mendukung produk lokal yang dapat berujung membuat Indonesia lebih maju.

Laporan ini menjelaskan bahwa dalam kegiatan pemasaran Yotta Toys, pemasaran diterapkan melalui dua platform media sosial yaitu Instagram dan TikTok namun lebih berfokus pada TikTok. Dengan menerapkan hal tersebut maka Yotta Toys bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Referensi : 37 (2011-2021)

ABSTRACT

Clarissa Eldora Yoe (01041180053)

APPLICATING SOCIAL MEDIA MARKETING PT. SOSIAL BERKAT KREATIF INDONESIA FOR YOTTA TOYS IN TIKTOK

(xv + 94 pages; 38 pictures; 1 table; 9 attachments)

Keywords : social media marketing, social media, tiktok

All humans are bound to the internet which is very much needed by humans in the digital era. Media platforms are slowly starting to become a means of communication that makes it easier for humans to socialize with their environment. Because of this, social media marketing is starting to be needed by every business owner because social media has become an intermediary between sellers and buyers to exchange goods and services.

Yotta Toys is one of the MSMEs that sells children's toys made from AKI who do not understand social media, especially TikTok. Because of this, PT. Social Thanks to Creative Indonesia began to wake up in June 2020 with the urge to help every MSME who is not very familiar with social media marketing. The goal is to support local products that can lead to making Indonesia more advanced.

This report explains that in Yotta Toys' marketing activities, marketing is implemented through two social media platforms, namely Instagram and TikTok but focuses more on TikTok. By implementing this, Yotta Toys can be better known by the wider community.

Reference : 37 (2011-2021)