

## ABSTRAK

Audry (00000022239)

### **STRATEGI PROMOSI BIGBESTSHOP DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

(xii + 103 Lembar; 29 Gambar; 4 Lampiran)

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Komunikasi Pemasaran, Promosi, Strategi, TikTok

BigBestShop merupakan salah satu toko online yang telah berdiri semenjak tahun 2018. Dalam waktu tiga tahun, BigBestShop telah memiliki lebih dari 300 ribu pengikut di Shopee dan juga telah menjual lebih dari 300 ribu barang. Tidak hanya menggunakan Shopee untuk mempromosikan produknya. BigBestShop menggunakan cara promosi lain yang lebih unik yaitu menggunakan media sosial Video TikTok untuk mempromosikan produk. Peneliti akan menggunakan konsep – konsep dalam komunikasi pemasaran untuk mengetahui tahapan strategi promosi BigBestShop dalam menggunakan konten Video pada aplikasi TikTok.

Berdasarkan hasil penelitian dalam menjalankan komunikasi pemasaran, media TikTok BigBestShop berfokus pada *upper funnel* untuk menarik perhatian konsumen menuju media Shopee yang berfokus pada *lower funnel* atau mendukung penjualan. Secara garis besar strategi BigBestShop dalam menjalankan promosi di TikTok menggunakan strategi iklan TikTok berbayar dan juga *endorser*. Secara operasional dalam pembuatan konten TikTok, BigBestShop menjalankan keempat tahap *content marketing* dari Machado & Davim (2016) yang terdiri dari *listen, plan, strategy, dan action & control*.

Referensi: 24 (2006 – 2021)

## ABSTRACT

Audry (00000022239)

### **BIGBESTSHOP PROMOTION STRATEGY TO INCREASE BRAND AWARENESS THROUGH SOCIAL MEDIA TIKTOK**

(xiii + 103 Pages: 29 Pictures; 4 Attachments)

Kata Kunci: Brand Awareness, Marketing Communication, Promotion, Strategy, TikTok

BigBestShop is an online store that has been around since 2018. Within three years, BigBestShop has more than 300 thousand followers on Shopee and has also sold more than 300 thousand items. Not only using Shopee to promote their products. BigBestShop uses another, more unique way of promotion, namely using social media TikTok Videos to promote products. Researchers will use concepts in marketing communications to determine the stages of the BigBestShop promotion strategy in using Video content on the TikTok application.

Based on the results of research in carrying out marketing communications, TikTok BigBestShop media focuses on the upper funnel to attract consumers' attention to Shopee media which focuses on the lower funnel or supports sales. Broadly speaking, BigBestShop's strategy in running promotions on TikTok uses a paid TikTok advertising strategy and also endorsers. Operationally in creating TikTok content, BigBestShop runs the four stages of content marketing from Machado & Davim (2016) which consist of listen, plan, strategy, and action & control.

References: 24 (2006 – 2021)