

ABSTRAK

Riyani The Label merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) yang tengah mengalami pertumbuhan bisnis. Seiring dengan perkembangan jaman, maka Riyani The Label berupaya untuk mengimplementasikan pemasaran melalui media sosial Tiktok agar mampu dikenal oleh masyarakat luas. Penelitian ini bertujuan untuk mendalami tentang pemasaran melalui media sosial Tiktok serta minat beli terhadap produk UMKM Riyani The Label.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif Deskriptif dengan teknik pengumpulan data kepada informan berjumlah 10 orang dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa guna meningkatkan hasil penjualan Riyani The Label menggunakan 10 strategi media sosial marketing untuk usaha bersekala kecil dengan menggunakan Tiktok strategi media sosial marketing dengan membangun kredibilitas, menarik pelanggan potensial, membangun relasi di media sosial, membagi konten yang diakurasikan, membuat konten yang valuable, menggunakan gambar yang baik dan menarik, Crowdsorce untuk konten menarik dan otentik, berpartisipasi dalam kelompok dan komunitas online, menggunakan media sosial sebagai ruang untuk mengadakan percakapan yang menarik dan membatasi platform media sosial.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Media Sosial dan Promosi