

ABSTRAK

Surya Citra Televisi merupakan sebuah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia yang berdiri sejak 24 Agustus 1990 di Surabaya dan akhirnya berpindah ke Jakarta. PT INDOSIAR VISUAL MANDIRI menjadi stasiun televisi yang dikenal oleh seluruh masyarakat Indonesia karena memiliki program unggulan seperti, sinetron, Infotainment, Sports dan special event. Media sosial *Sports* Indosiar menjadi salah satu aspek penting dalam mempromosikan program-program yang hadir di INDOSIAR. Hadirnya media sosial INDOSIAR menciptakan interaksi antara akun @indosiar_sports dan pengguna tiktok yang dapat mempengaruhi engagement pada akun tersebut. Dalam meraih target engagement, sebuah konten menjadi aspek penting untuk meningkatkan engagement akun Tiktok @indosiar_sports. Dengan mengunggah berbagai konten untuk mempromosikan program dan engagement, salah satu kontennya yaitu mengenai kompetisi BRI Liga 1. Pada perancangan karya ini, penulis ingin memberikan insight mengenai pemilihan dan proses membuat konten agar memberikan jangkauan yang luas bagi pengguna tiktok khususnya followers @indosiar_sports. Landasan teori yang digunakan untuk membahas perancangan karya ini yaitu Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran, Konten, Media Sosial, The Circular Model of SoMe, Tiktok, dan Engagement. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu angka dan narasi, observasi, serta dokumentasi.

Kata Kunci: BRI Liga 1, Strategi Komunikasi,Media Sosial, Konten, Engagement