

ABSTRAK

Konten pada media sosial dikatakan berhasil jika mendapatkan banyak *engagement* dari audiens yang dapat dilihat dari jumlah penonton, *likes* dan juga komen pada konten tersebut. Salah satu media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia adalah media sosial Tiktok. Patokan yang digunakan oleh Tiktok sebagai tanda bahwa konten yang diciptakan oleh konten kreator berhasil mendapatkan *engagement* yang tinggi adalah dengan lewat beranda atau FYP. Cara untuk meraih *engagement* pada media sosial Tiktok sehingga dapat FYP adalah dengan menerapkan strategi tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi konten yang dilakukan oleh content creator dalam membuat konten yang menarik demi meraih *engagement* di aplikasi Tiktok. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan fokus pada pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan informan yang telah berhasil menjadi selebriti pada media sosial Tiktok. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa langkah pertama yang dilakukan untuk meningkat *engagement* akun @Garasiroboh adalah dengan melakukan branding pesan, kemudian langkah keduanya yaitu membuat logo, lalu langkah ketiga adalah pengeditan audio, dan terakhir pembuatan *script*.

Kata Kunci : *Content Creator, Engagement, Tiktok, Media Sosial.*