

## **ABSTRAK**

Perkembangan media sosial saat ini dapat membantu promosi penjualan suatu bisnis untuk memperkenalkan produknya. Untuk mempertahankan perhatian konsumen, perlu dilakukan promosi yang konsisten di media sosial seperti TikTok. Salah satu bisnis layanan Aqiqah, bernama Syamil Aqiqah, melakukan promosi produk melalui konten TikTok dengan strategi promosi menggunakan penyampaian pesan yang terdiri dari *informing*, *persuading*, dan *reminding*.

*Informing* berfokus pada

pemberian detail produk, proses aqiqah, dan sertifikasi halal. *Persuading* berfungsi

untuk mempromosikan keunggulan dan penawaran khusus kepada konsumen. *Reminding* digunakan untuk mempertahankan perhatian dan mengingatkan konsumen. Melalui algoritma TikTok, konten promosi berhasil masuk ke *For You Page* dengan tingginya interaksi, mencerminkan keberhasilan strategi promosi dalam

membangun interaksi positif dan meningkatkan visibilitas produk di TikTok. Analisis menunjukkan bahwa konten promosi berhasil mendapatkan 746.900 penonton,

15.200 likes, dan 777 komentar; konten informasi mendapatkan 1.900.000 penonton,

90.300 likes, dan 849 komentar; dan konten tips mendapatkan 198.500 penonton,

3.304 likes, dan 124 komentar. Dengan kombinasi pesan *informing*, *persuading*, dan *reminding*, bisnis dapat membangun interaksi kuat dengan konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran mereka.

**Kata kunci:** Konten Video, Layanan Aqiqah, Media Sosial, TikTok.

## **ABSTRACT**

*The development of social media today can help the sales promotion of a business to introduce its products. To maintain consumer attention, it is necessary to do consistent promotion on social media such as TikTok. One of the Aqiqah service businesses, named Syamil Aqiqah, promotes products through TikTok content with a promotional strategy using message delivery consisting of informing, persuading, and reminding. Informing focuses on providing product details, the aqiqah process, and halal certification. Persuading serves to promote advantages and special offers to consumers. Reminding is used to maintain attention and remind consumers. Through the TikTok algorithm, the promotional content made it to the For You Page with high interaction, reflecting the success of the promotional strategy in building positive interactions and increasing product visibility on TikTok. Analysis showed that the promotional content received 746,900 views, 15,200 likes, and 777 comments; the informational content received 1,900,000 views, 90,300 likes, and 849 comments; and the tips content received 198,500 views, 3,304 likes, and 124 comments. With a combination of informing, persuading, and reminding messages, businesses can build strong interactions with consumers and expand their marketing reach.*

**Keywords:** Video Content Aqiqah Services, Social Media, Tiktok.