

ABSTRAK

Putra Eryzona Zecharian Devin, 2026, *Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Aplikasi TikTok (Studi Kasus Akun TikTok Reizuka Ari)*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Muhammadiyah Jember. Pembimbing: Suyono S.H. M.I.Kom.

Kata Kunci: TikTok, Pemasaran, Reizuka Ari

Perkembangan media sosial telah mendorong perubahan strategi pemasaran dari metode konvensional menuju pemasaran digital yang lebih interaktif. TikTok menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran karena mampu menjangkau audiens secara luas melalui konten video pendek. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Reizuka Ari melalui akun TikTok @dictionarei. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Reizuka Ari melalui akun TikTok serta memahami pemanfaatan fitur TikTok dalam mendukung pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah views konten. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi nonpartisipan dan dokumentasi terhadap konten, fitur, serta aktivitas pemasaran yang terdapat pada akun TikTok Reizuka Ari. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran Reizuka Ari dilakukan melalui perencanaan konten yang sesuai dengan karakteristik audiens, penggunaan bahasa yang santai dan komunikatif, penerapan teknik persuasi berbasis pengalaman pribadi, serta pemanfaatan berbagai fitur TikTok seperti video pendek, TikTok Shop, live streaming, hashtag, dan interaksi melalui kolom komentar. Strategi tersebut didukung oleh konsistensi unggahan konten, aktivitas affiliate marketing, endorsement, serta promosi yang mampu meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, pemanfaatan berbagai fitur TikTok seperti video pendek, hashtag, TikTok Live, TikTok Shop, serta interaksi audiens terbukti mendukung penyebaran konten pemasaran dan memperluas jangkauan audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi komunikasi pemasaran yang didukung oleh pemanfaatan fitur TikTok secara terintegrasi mampu meningkatkan engagement, visibilitas konten, dan efektivitas pemasaran digital pada akun TikTok Reizuka Ari.

ABSTRACT

Putra Eryzona Zecharian Devin, Marketing Communication Strategy Through the TikTok Application (Case Study of Reizuka Ari's TikTok Account). *Communication Studies Program*, Faculty of Social Sciences and Political Sciences. Universitas Muhammadiyah Jember. Guides: Suyono S.H. M.I.Kom.

Keywords: TikTok, Marketing, Reizuka Ari

The development of social media has driven a shift in marketing strategies from conventional methods to more interactive digital marketing. TikTok has become one of the platforms widely used as a marketing communication medium because it can reach a broad audience through short video content. This study is motivated by the high marketing activity carried out by Reizuka Ari through the TikTok account @dictionarei. The purpose of this study is to identify the marketing communication strategies implemented by Reizuka Ari through the TikTok account and to understand utilization of TikTok features in supporting the implementation of marketing communication strategies. This study uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques are conducted through non-participant observation and documentation of content, features, and marketing activities on Reizuka Ari's TikTok account. Data analysis uses the Miles and Huberman model, which includes data reduction, , and drawing conclusions. The research results show that Reizuka Ari's marketing communication strategy is carried out through content planning that suits audience characteristics, the use of casual and communicative language, the implementation of persuasion techniques based on personal experience, as well as the utilization of various TikTok features such as short videos, TikTok Shop, live streaming, hashtags, and interaction through the comment section. This strategy is supported by consistent content uploads, affiliate marketing activities, endorsements, and promotions that can increase audience engagement. In addition, using various TikTok features like short videos, hashtags, TikTok Live, TikTok Shop, and audience interactions has been shown to support marketing content distribution and expand audience reach. This study concludes that implementing marketing communication strategies backed by an integrated use of TikTok features can boost engagement, content visibility, and the effectiveness of digital marketing on Reizuka Ari's TikTok account.