

Penggunaan Konten Tiktok Sebagai Media Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Kuantitas Penjualan Misora *Official Brand*

¹Adi Fikri, ²Ummanah
Universitas Esa Unggul, Tangerang
Jl. Arjuna Utara No.9 Kebon Jeruk, Jakarta 11510
[¹Adifikri2k23@gmail.com](mailto:Adifikri2k23@gmail.com)
[²ummanah@esaunggul.ac.id](mailto:ummanah@esaunggul.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadikan konten tiktok sebagai media pemasaran digital yang efektif dalam rangka meningkatkan kuantitas penjualan di Misora *Official Brand*. Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma *post-positivisme*. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, Adapun data didapatkan dari hasil wawancara peneliti dengan tiga informan beserta hasil dokumentasi yang peneliti lakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kegiatan pemasaran *digital* yang dilakukan oleh Misora *Official Brand* melalui konten di sosial media tiktok berjalan kurang efektif meskipun mereka telah melakukan langkah-langkah yang strategis. Meskipun demikian, mereka berhasil melakukan *brand awareness* kepada Masyarakat menggunakan konten tiktok yang mereka buat sehingga Masyarakat bisa lebih mengenal merk dan produk dari Misora *Official Brand*.

Kata Kunci: Tiktok, Kuantitas Penjualan, Pemasaran Digital

Abstract

This study aims to find out what factors make TikTok content an effective digital marketing medium in order to increase sales quantity at Misora Official Brand. The method that the researchers used in this study was a qualitative research method with a post-positivism paradigm. This research is a field research. The data were obtained from the results of interviews with three informants along with the results of the documentation that the researchers did. The results of the study show that the digital marketing activities carried out by Misora Official Brand through content on the social media Tiktok are not effective even though they have taken strategic steps. Even so, they succeeded in raising brand awareness for the public using the tiktok content they created so that the public could get to know the brands and products of the Misora Official Brand.

Keywords: Tiktok, Sales Quantity, Digital Marketing