

ABSTRAK

**Strategi Komunikasi Pemasaran
Promosi Produk *Jewelry Wire* Pada
Akun Tiktok @Deardiora
2021
Ihda 'Ainaya Zulaikha**

**Universitas Jenderal Soedirman
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Ilmu Komunikasi
Purwokerto**

Jawelry Wire merupakan bentuk unik dari perhiasan yang dibentuk oleh Deardiora. Pemasarannya mulai muncul di berbagai media salah satunya media sosial Tiktok. Tiktok merupakan *platform* baru dan cukup dikenal dan diminati banyak khalayak karena fungsinya sebagai hiburan, pengetahuan dan salah satunya pemasaran sehingga penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran *Jawelry Wire* oleh Deardiora melalui media sosial Tiktok untuk mempromosikan produk. Hasil dari penelitian ini terdapat beberapa strategi diantaranya mengupayakan inovasi produk Deardiora, memberikan penawaran harga di berbagai *platform* media, mengembangkan produk dengan berupaya konsisten pada pembuatan konten *video* dan memberikan promosi dengan memberikan *giveaway* yang tujuannya untuk mempromosikan produk. Penelitian ini menggunakan teori *Costumer Culture Theory* yang mampu mengungkapkan adanya bentuk strategi berdasar dari bagaimana kondisi budaya saat ini dengan sikap konsumtif khalayak sehingga bentuk strategi dirancang dengan tujuan agar produk mampu dikenal dan diminati oleh khalayak dan menciptakan budaya baru dengan media sosial.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Promosi, Tiktok

SUMMARY

***Marketing Communication Strategy
Jewelry Wire Product Promotion On
@Deardiora Tiktok Account
2021
Ihda 'Ainaya Zulaikha***

**Universitas Jenderal Soedirman
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Ilmu Komunikasi
Purwokerto**

Jawelry Wire is a unique form of jewelry formed by Deardiora. Its marketing has begun to appear on various media, one of which is the Tiktok sosial media. Tikkok is a new *platform* and is well known and in demand by many audiences because of its function as entertainment, knowledge and one of them is marketing, so this research seeks to find out how the marketing communication strategy of *Jawelry Wire* by Deardiora through Tiktok sosial media to promote products. The results of this study are that there are several strategies, including striving for product innovation Deardiora, providing price quotes on various media platforms, developing products by consistently striving for video content creation and providing promotions by giving giveaways which aim to promote products. This research uses the theory of Customer Culture Theory which is able to reveal the existence of a form of strategy based on how the current cultural conditions are with the consumptive attitude of the audience so that the form of strategy is designed with the aim of making the product known and attractive to the audience and creating a new culture with social media.

Keywords: Strategy Marketing, Promotion, Tiktok