

ABSTRAK

CHRISTINE RACHEL AGNES S., 10820170

Strategi Komunikasi Pemasaran *Live Streaming* TikTok Shop @jill_shine2 Dalam Memasarkan Gorden

Kata kunci : Pemasaran, TikTok, *Live Streaming*

(viii + 63 + Lampiran)

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat mempengaruhi semua bidang kehidupan manusia. Hal ini juga mempengaruhi sistem pemasaran berbagai perusahaan dan berbagai bidang usaha lainnya. Media baru dengan perkembangan Internet adalah media komunikasi digital yang melibatkan khalayak yang besar, lebih interaktif, dan membuat informasi lebih cepat dan mudah tersedia bagi pengguna. TikTok adalah salah satu media sosial online dan bentuk spesifik media baru. Salah satu fitur yang digunakan untuk mempermudah bisnis adalah fitur *live streaming*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran *live streaming* pada media digital marketing TikTok yang digunakan, serta implementasi digital marketing yang dilakukan @jill_shine2 dalam meningkatkan penjualan gorden. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran akun TikTok @jill_shine2 menggunakan konsep *Three Ways Strategy (Pull, Push, Pass Strategy)*. Kemudian di implementasikan dengan bauran *promotion mix* yaitu *Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Public Relation, dan Direct Marketing*.

Daftar Pustaka (2000-2023)