



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Dahlia Devi Tamala

44318010060

Pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi “Minews”

Bibliografi : 5 Bab, 100 Halaman + Lampiran + 7 Buku + 10 Jurnal  
+8 Internet

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## ABSTRAK

Perkembangan media sosial di Indonesia saat ini sangatlah pesat, banyak sekali media sosial baru yang masuk ke Indonesia contohnya aplikasi media sosial Tiktok. Media Sosial Tiktok ini sangatlah membuka kesempatan kepada para pengusaha untuk membuat akun-akun bisnis untuk melakukan kegiatan promosi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Minews mengaplikasikan media sosial Tiktok sebagai media promosi untuk mencapai tujuan promosi dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada Tiktok.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep 4C (context, communication, collaboration, connection), Fitur-Fitur di Tiktok dan juga karakteristik media sosial. Dengan membuat konten di Tiktok dan memanfaatkan fitur-fitur Tiktok dapat memperluas jangkauan yang dituju oleh Minews untuk mengenalkan media mereka.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan menggunakan proses pengumpulan data dengan mengamati akun Tiktok Minews (@matamilenialindonesia) dan mewawancarai beberapa narasumber.

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa Minews memanfaatkan Media Sosial sebagai media promosi dengan menggunakan fitur-fitur yang terdapat di media sosial Tiktok dan dengan membuat konten yang informatif dan berdampak baik terhadap meningkatkan brand awareness Minews.

Kata kunci: *Media Sosial, Tiktok, Promosi, Minews*



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Mercu Buana University

Faculty of Communication Sciences

Departement of Advertising & Marketing Communication

Dahlia Devi Tamala

44318010060

Utilization of social media Tiktok as a promotional medium for "Minews"

Bibliography : 5 Chapters, 100 Pages + Appendix + 7 Books + 10 Journals  
+ 8 Internet



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## ***ABSTRACT***

The development of social media in Indonesia is currently very fast, a lot of new social media have entered Indonesia, for example the social media application Tiktok. Tiktok Social Media really opens up opportunities for entrepreneurs to create business accounts to carry out promotional activities. The purpose of this study is to find out how Minews applies Tiktok social media as a promotional media to achieve promotional goals by utilizing the features available on Tiktok.

In this study, researchers used the 4C concept (context, communication, collaboration, connection), features in Tikok and also the characteristics of social media. By creating content on Tiktok and taking advantage of Tiktok's features, Minew can expand the reach that Minew aims to introduce their media.

This research is qualitative by using constructivist paradigm. The method used in this research is a case study method using a data collection process by observing the Tiktok Minews account (@matamillennialindonesia) and interviewing several sources.

Based on the results of the study, it can be concluded that Minews utilizes Social Media as a promotional media by using the features found on Tikok's social media and by creating informative content and having a good impact on increasing Minews brand awareness.

Keywords: *Social Media, Tiktok, Promotion, Minews*

MERCU BUANA