

Program Studi Public Relations
Muhammad Aldi Maulana Wijaya
44219010105

Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Membangun Citra UMKM Lab.jajan

Jumlah Halaman : 5 Bab 101 Hal + Lampiran
Bibliografi : 4 Buku + 2 Jurnal + 3 Thesis + 20 Internet

ABSTRAK

Public relations memiliki banyak fungsi salah satunya ialah dalam membangun citra dari sebuah perusahaan, organisasi, UMKM atau individu, citra dapat terbentuk melalui banyak cara dan banyak media, salah satunya melalui media sosial banyak perusahaan, organisasi, UMKM sampai individu membangun citranya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin maju, salah satunya memanfaatkan media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk bagaimana pemanfaatan media sosial Tiktok yang dilakukan oleh UMKM lab.jajan untuk membangun citranya, adapun di penelitian ini menggunakan teori 4C menurut Chris Heuer yang merupakan pendiri Social media Club. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif Deskriptif, dan paradigma Konstruktivisme.

Penelitian ini memiliki empat key informan, yang merupakan owner dari UMKM Lab.jajan dan juga sepuluh informan penunjang yaitu pelanggan dari Lab.jajan yang di wawancara oleh peneliti, peneliti juga melakukan reduksi data untuk memilah data dan menggunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lab.jajan cukup dikatakan berhasil membangun sebuah citra dengan baik dengan menggunakan media sosial tiktok, terlihat dari setiap pesan yang disampaikan dari video pendek yang diunggah oleh akun @lab.jajan dapat menyampaikan pesan kepada para followersnya.

Kata Kunci : Citra, UMKM, Media Sosial, Tiktok, Pemanfaatan

Program Studi Public Relations
Muhammad Aldi Maulana Wijaya
44219010105

Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Membangun Citra UMKM Lab.jajan

Jumlah Halaman : 5 Bab 101 Hal + Lampiran

Bibliografi : 4 Buku + 2 Jurnal + 3 Thesis + 20 Internet

ABSTRACT

Public relations has many functions, one of which is building the image of a company, organization, MSME or individual. Image can be formed in many ways and many media, one of which is through social media. Many companies, organizations, MSMEs and individuals build their image by utilizing technological developments. which is increasingly advanced, one of which is utilizing social media.

This research aims to determine how the use of Tiktok social media is carried out by MSME lab.jajan to build its image. This research uses the 4C theory according to Chris Heuer, who is the founder of the Social Media Club. The method used in this research is the Descriptive Qualitative research method and the Constructivism paradigm.

This research has four key informants, who are the owners of the UMKM Lab.jajan and also ten supporting informants, namely customers from Lab.jajan who were interviewed by the researcher. The researcher also carried out data reduction to sort the data and used source triangulation data validity techniques.

Based on the results of this research, it can be said that Lab.jajan has succeeded in building a good image using TikTok social media. It can be seen from every message conveyed from the short video uploaded by the @lab.jajan account that it can convey messages to its followers.

Keywords: Image, MSMEs, Social Media, Tiktok, Utilization