

## ABSTRAK

Tingginya minat dan permintaan atau yang disebut *high demand* terhadap produk kecantikan lokal semakin besar. Untuk bisa tetap bertahan di persaingan pasar, para pemilik merek harus kreatif dan inovatif dalam merancang strategi pemasaran. Salah satunya menggunakan berbagai media pemasaran yang terbaru seperti TikTok. Berawal hanya sebatas media berkomunikasi, berkembangnya teknologi menjadikan media sosial khususnya TikTok memiliki banyak fungsi, pemasaran salah satunya. *Brand* yang tergolong pionir menggunakan TikTok sebagai media pemasaran adalah Nutrishe. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bagaimana Nutrishe menerapkan strategi pemanfaatan media sosial pada media sosial TikTok untuk kepentingan promosi. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Social Media Marketing Strategy*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menggunakan data yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan dengan tim internal Nutrishe dan analisis beberapa sampel konten TikTok Nutrishe yang memiliki lebih dari 200 ribu pengikut. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran yang dilakukan Nutrishe menggunakan TikTok sangat efisien, sebagai sarana meningkatkan *brand awareness* dari Nutrishe itu sendiri. Selain itu, dari akun milik Nutrishe dan fitur yang ada, TikTok dapat memberikan pengaruh langsung ke hasil penjualan karena konsumen dapat melakukan transaksi secara langsung melalui fitur dari TikTok itu sendiri.

Kata kunci: Nutrishe, Komunikasi Pemasaran, *Social Media Marketing Strategy*, TikTok sebagai media baru

## **ABSTRACT**

*The high interest or high demand for local beauty product is getting bigger. To be able to survive in market competition, brand owners have to be creative and innovative in designing marketing strategies. One of them is using the latest marketing media, one of which is TikTok. Starting as just a communication medium, the development of technology has made social media, especially TikTok have many other functions, marketing is one of them. A brand that is classified as a pioneer using TikTok as a marketing medium is Nutrishe. The purpose of this research is to identify how Nutrishe implements social media utilization strategies on TikTok social media fo promotional purposes. The theory used in this research is Social Media Marketing Strategy. This study used descriptive qualitative method. Using data obtained from interviews conducted with the Nutrishe internal team and analysis of several sampels of Nutrishe's TikTok content which has more than 200 thousand followers. The result of this study show that the marketing carried out by Nutrishe using TikTok is very efficient, as it means of increasing brand awareness of Nutrishe itself. Beside that, from Nutrishe's account and existing features, TikTok made direct influence on sales results because consumers can make transaction directly through the features of TikTok itself.*

*Keywords: Nutrishe, Marketing, Social Media Marketing Strategy, TikTok is the new media*