

**STRATEGI PROMOSI PHOTOMATICSID DENGAN  
MENGUNAKAN APLIKASI MEDIA SOSIAL TIKTOK  
(STUDI KASUS PADA PHOTOMATICSID)**

**Doni Yusuf Aristiono**

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

**ABSTRAK**

Photomaticsid merupakan badan usaha yang hanya memakai aplikasi media sosial TikTok untuk menjadi sebuah media berpromosi, namun sampai saat ini penjualannya semakin tinggi dan tetap memiliki eksistensinya tersendiri. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mempelajari lebih dalam bagaimana strategi promosi Photomaticsid dengan menggunakan media sosial TikTok. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode penelitian studi kasus. Peneliti menggunakan studi kasus untuk mengetahui kegiatan promosi apa saja Teknik pengumpulan data dilakukan dengan Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*), dan Dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisa dengan menggunakan pembuatan eksplanasi. Hasil dari penelitian ini hasil menunjukkan bahwa terdapat semua elemen dari Bauran Pemasaran atau *Mix Marketing* pada setiap Video TikTok yang dibuat oleh Photomaticsid yaitu, *product, price, place, people, promotion, process*, dan *physical evidence*. Dalam proses pembuatan strategi promosi Photomaticsid pada media sosial TikTok juga sesuai konsep dari Teori Interaksi Simbolik yaitu *Generalized other* ditunjukkan dalam bagaimana cara Photomaticsid dalam menentukan strategi promosi terkait video TikTok, dan juga seluruh video TikTok Photomaticsid sesuai dengan konsep pengambilan peran atau *role taking* dalam Teori Interaksi Simbolik.

**Kata Kunci:** Strategi Promosi, TikTok, Photomaticsid

# **TIKTOK SOCIAL MEDIA APP PROMOTION STRATEGY FOR PHOTOMATICSID (CASE STUDY ON PHOTOMATICSID)**

**Doni Yusuf Aristiono**

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

## **ABSTRAK**

*Photomaticsid is a business entity that only uses the TikTok social media application as a promotional medium. However, until now, its sales are increasing and still exist. This research was conducted to learn more about the promotion strategy of Photomaticsid using the social media TikTok. This research is qualitative research using the case study research method. Researchers used case studies to find out what promotional activities were. Data collection techniques were carried out through In-depth Interviews and Documentation. The data obtained were then analyzed using making explanation. This study's results show that all elements of the Marketing Mix or Marketing Mix are in every TikTok video made by Photomaticsid, namely, product, price, place, people, promotion, process, and physical evidence. In the process of making the Photomaticsid promotional strategy on TikTok social media, it is also following the concept of Symbolic Interaction Theory, namely the Generalized other, which is shown in how Photomaticsid determines promotional strategies related to TikTok videos. Also, all TikTok Photomaticsid videos are under the concept of role taking in Interaction Theory Symbolic.*

**Keyword:** *promotion strategy, TikTok, Photomaticsid*