

ANALISIS *MARKETING SOCIAL MEDIA* TIKTOK PADA PT NATURAL NUSANTARA YOGYAKARTA

Elang Guswana Zion Tanjung

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis penerapan *social media marketing*. Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, dengan daftar populasi sebanyak 11.500 responden dan diambil sebanyak 100 responden yang merupakan *followers* aktif dari *platform* tiktok PT Natural Nusantara. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner dalam bentuk google form yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *arithmetic mean*. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa Secara keseluruhan penerapan sosial media marketing berdasarkan dimensi online *entertainment, interaction, trendiness, customization, dan word of mouth* adalah valid dan reliabel. Hasil analisis *arithmetic mean* menunjukkan bahwa *social media marketing* pada PT Natural Nusantara memperoleh nilai rata-rata total sebesar 4,28 yang berada dalam kategori sangat setuju, yang berarti tiktok PT Natural Nusantara sudah menerapkan sosial media marketing yang sangat baik kepada *followers* aktif tiktok PT Natural Nusantara.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization.*

2021/12/28
R

ANALYSIS OF TIKTOK SOCIAL MEDIA MARKETING AT PT NATURAL NUSANTARA YOGYAKARTA

Elang Guswana Zion Tanjung

Abstract

The purpose of this study is to identify and analyze the implementation of social media marketing. The research uses a descriptive method with a quantitative approach. A simple random sampling technique was applied, with a population of 11,500 individuals. A total of 100 active followers of the PT Natural Nusantara TikTok account were selected as respondents. Data collection was conducted using a Google Form-based questionnaire that underwent validity and reliability testing. Data analysis was performed using the arithmetic mean method. The results show that the implementation of social media marketing, based on the dimensions of entertainment, interaction, trendiness, customization, and word of mouth, is both valid and reliable. The average score obtained was 4.28, which falls into the "strongly agree" category. This result indicates that PT Natural Nusantara's TikTok account has successfully implemented an effective social media marketing strategy for its active followers.

Keywords: *Social Media Marketing, Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization.*