



ABSTRAK

***USER GENERATED CONTENT* DI MEDIA SOSIAL TIK-TOK SEBAGAI STRATEGI PROMOSI BISNIS LELEK AUTO LIGHT**

Muhammad Nurkholis
5201711312

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi promosi bisnis menggunakan *user generated content* bengkel costum lampu mobil yaitu *Lelek Auto Light*. Pada penelitian konsep yang digunakan adalah *user generated content* dan juga tahapan strategi yang dilakukan melalui konsep tahap strategi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah *Lelek Auto Light* menggunakan 3 tahap strategi promosi yaitu tahap perencanaan, implementasi dan juga evaluasi. Pada tahap perencanaan digunakan analisis masalah, analisis khalayak, merumuskan tujuan komunikasi, penentuan saluran media dan merencanakan produksi media. Pada tahap implementasi yaitu memanfaatkan media sosial TikTok dan mengelola *user generated content* yang dilakukan dengan *Lelek Auto Light* memproduksi konten vidio untuk dijadikan referensi oleh pengguna. Pada tahap evaluasi dilakukan evaluasi strategi dan juga evaluasi hasil dari strategi yang telah digunakan.

Kata Kunci: Media Sosial, Strategi Promosi, TikTok, User Generated Content

ABSTRACT

USER GENERATED CONTENT ON TIK-TOK SOCIAL MEDIA AS A PROMOTIONAL STRATEGY FOR LELEK AUTO LIGHT BUSINESS

*Muhammad Nurkholis
5201711312*

The aim of this research is to identify business promotion strategies that utilize user-generated content in a custom car light repair shop, specifically Lelek Auto Light. This study focuses on the concept of user-generated content and the strategic stages involved in its implementation. The research employs a descriptive qualitative methodology, utilizing interviews, observations, and documentation for data collection. The findings indicate that Lelek Auto Light employs three promotional strategy stages: planning, implementation, and evaluation. During the planning stage, the shop conducts problem analysis, audience analysis, formulates communication objectives, determines media channels, and plans media production. In the implementation stage, Lelek Auto Light leverages TikTok as a social media platform and manages user-generated content by producing video content that serves as a reference for users. Finally, in the evaluation stage, the effectiveness of the strategies is assessed, along with an evaluation of the outcomes achieved through their implementation.

Keywords: *Promotion Strategy, Social Media, TikTok, User Generated Content*

