



## ABSTRAK

### STRATEGI KOMUNIKASI SUCI SOTANG DALAM MEMPROMOSIKAN PRODUK DI MEDIA SOSIAL TIKTOK *@SUCISOTANG84*

Natalia Desviana  
5211711221

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang digunakan oleh Suci Sotang, pelaku UMKM asal Kebumen, dalam mempromosikan produknya melalui media sosial TikTok *@sucisotang84*. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teori Circular Model of Social Media Communication (SOME) dari Regina Luttrell, yang terdiri dari empat tahapan: Sharing, Optimizing, Managing, dan Engaging. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan Suci bersifat otentik, konsisten, dan mampu menciptakan keterlibatan dua arah dengan audiens. Ia memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan yang kuat dengan publik, sesuai dengan prinsip komunikasi Public Relations. Melalui gaya komunikasi yang personal dan responsif, Suci berhasil membangun kepercayaan dan citra positif tanpa pendekatan profesional atau formal. Strategi ini membuktikan bahwa media sosial dapat menjadi ruang praktik Public Relations yang efektif bagi pelaku UMKM.

**Kata Kunci:** Strategi Komunikasi, Public Relations, TikTok, UMKM, Media Sosial

## **ABSTRACT**

### ***THE COMMUNICATION STRATEGY OF SUCI SOTANG IN PROMOTING PRODUCT THROUGH TIKTOK @SUCISOTANG84***

*Natalia Desviana*  
5211711221

*This study aims to analyze the communication strategy used by Suci Sotang, a micro-business owner from Kebumen, in promoting her products through the TikTok account @sucisotang84. This research employs a descriptive qualitative approach using the Circular Model of Social Media Communication (SOME) by Regina Luttrell, which consists of four main stages: Sharing, Optimizing, Managing, and Engaging. The findings reveal that Suci applies an authentic and consistent communication strategy that creates meaningful two-way engagement with her audience. She utilizes social media not only as a marketing tool but also as a platform to build strong public relationships, in line with the core principles of Public Relations. Through a personal and responsive communication style, Suci successfully builds trust and a positive public image without relying on formal or professional PR methods. This strategy proves that social media can serve as an effective space for Public Relations practices, especially for micro-business owners.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Public Relations, TikTok, Micro-Business, Social Media*