

EFEKTIVITAS TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN BUKU DI INDOLITERASI YOGYAKARTA

Hanindya Distasari, Dra. Christine Dian Permata Sari, M. Hum.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas TikTok sebagai media promosi dalam meningkatkan penjualan buku di CV Indoliterasi Yogyakarta. Metode penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif dengan sumber data berupa observasi dan wawancara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran di TikTok yang diterapkan oleh CV Indoliterasi mencakup penggunaan iklan berbayar (*ads*), kerja sama dengan affiliasor, partisipasi dalam *campaign*, serta produksi konten yang menarik untuk meningkatkan *engagement*. Strategi ini juga melibatkan pemanfaatan *sound* dan *hashtag* yang sedang tren serta penggunaan *hook* yang efektif.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok merupakan platform yang efektif dalam mendukung strategi pemasaran digital di industri penerbitan buku. Pemanfaatan fitur-fitur TikTok dengan strategi yang tepat dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik buku yang dipasarkan, sehingga berdampak positif terhadap penjualan.

Kata Kunci: *engagement*, pemasaran digital, promosi buku, strategi pemasaran, TikTok.

THE EFFECTIVENESS OF TIKTOK AS A PROMOTIONAL MEDIA TO INCREASE BOOK SALES IN INDOLITERASI YOGYAKARTA

Abstract

This study aims to evaluate the effectiveness of TikTok as a promotional medium for increasing book sales at CV Indoliterasi Yogyakarta. The research method employed is descriptive qualitative, utilizing data sources that include observations and interviews.

The study results indicate that the marketing strategy on TikTok employed by CV Indoliterasi encompasses using paid advertising, collaboration with affiliates, participation in campaigns, and creating engaging content to enhance user interaction. This strategy also incorporates trending sounds, hashtags, and effective hooks to capture the audience's attention.

Thus, this study concludes that TikTok is an effective platform for supporting digital marketing strategies in the book publishing industry. By utilizing TikTok's features with the appropriate approach, publishers can enhance the visibility and appeal of their marketed books, thereby positively impacting sales.

Keywords: engagement, digital marketing, book promotion, marketing strategy, TikTok