

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial TikTok sebagai media informasi produk aksesoris menggunakan konsep *AIDA* (Attention, Interest,, Desire, Action). Penelitian ini menggunakan Metode pengumpulan data melalui tinjauan pustaka dan wawancara langsung dengan pemilik usaha aksesoris, kemudian menganalisis data yang didapat. Selanjutnya, penulis membuat akun TikTok dan menghasilkan konten yang menarik sesuai konsep *AIDA*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media promosi cukup efektif dalam menarik perhatian (Attention) pengguna. Strategi pembuatan konten yang kreatif, penggunaan fitur-fitur TikTok berkontribusi pada keberhasilan implementasi *AIDA* dalam promosi produk aksesoris melalui TikTok.

Kata Kunci: Sosial Media, Media Promosi, TikTok, konsep *AIDA*, Toko Aksesoris, Konten TikTok

ABSTRACT

This research aims to implement a promotional strategy by utilizing TikTok social media as a medium for accessory product information using the AIDA concept (Attention, Interest, Desire, Action). This research uses data collection methods through literature reviews and direct interviews with accessories business owners, then analyzing the data obtained. Next, the author created a TikTok account and produced interesting content according to the AIDA concept.

The research results show that the use of TikTok as a promotional medium is quite effective in attracting users' attention. Creative content creation strategies and the use of TikTok features contribute to the successful implementation of AIDA in promoting accessory products through TikTok.

Keywords: Social Media, Promotional Media, TikTok, AIDA concept, Accessories Store, TikTok Content