

## ABSTRAK

Perkembangan media sosial di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, terutama dengan munculnya berbagai platform baru seperti TikTok. TikTok, sebagai salah satu media sosial terbaru, memberikan peluang besar bagi pengusaha untuk melakukan promosi melalui akun bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Bisnishack menggunakan TikTok sebagai sarana promosi untuk mencapai tujuan pemasaran, dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam platform tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep 7C (*Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection dan Commerce*), Fitur-Fitur di Tiktok dan juga karakteristik media sosial. Dengan membuat konten di Tiktok dan memanfaatkan fitur-fitur Tiktok dapat memperluas jangkauan yang dituju oleh Bisnishack untuk mengenalkan media mereka. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus dengan menggunakan proses pengumpulan data dengan mengamati akun Tiktok Bisnishack (@bisnishack) dan mewawancarai beberapa narasumber. Berdasarkan dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa Bisnishack memanfaatkan Media Sosial sebagai media pemasaran dengan menggunakan fitur-fitur yang terdapat di media sosial Tiktok dan dengan membuat konten yang informatif dan berdampak baik terhadap meningkatkan brand awareness Bisnishack.

Kata kunci: *Media Sosial, TikTok, Promosi, Pemasaran, Bisnishack*

## ***ABSTRACT***

The development of social media in Indonesia is growing rapidly, especially with the emergence of new platforms such as TikTok. TikTok, as one of the newest social media, provides a great opportunity for entrepreneurs to conduct promotions through business accounts. This research aims to understand how Bisnishack uses TikTok as a promotional tool to achieve marketing goals, by utilizing the features available on the platform. In this study, researchers used the 7C concept (Context, Content, Community, Customization, Communication, Connection and Commerce), features on TikTok and also social media characteristics. By creating content on Tiktok and utilizing Tiktok's features, it can expand the reach that Bisnishack aims to introduce their media. This research is qualitative in nature using a constructivist paradigm. The method used in this research is the case study method using the data collection process by observing Bisnishack's Tiktok account (@bisnishack) and interviewing several sources. Based on the results of the study, it can be concluded that Bisnishack utilizes Social Media as a marketing medium by using the features found on Tikok social media and by creating informative content and having a good impact on increasing Bisnishack's brand awareness.

*Keywords: Social Media, TikTok, Promotion, Marketing, Bisnishack*