

## ABSTRAK

PT. Kasyalia Official Indonesia adalah perusahaan pakaian retail, yang secara bertahap membangun reputasi sebagai merek fashion yang sedang berkembang di Indonesia. PT. kasyalia perusahaan yang mengkhususkan diri dalam penjualan pakaian dengan konsep *capsul wardrobe*. Penelitian ini bertujuan untuk, mengetahui gambaran umum *brand* pakaian Kasyalia di kota Bandung saat ini, mengetahui strategi pemasaran digital melalui tiktok pada industri busana *brand* pakaian Kasyalia, dan mengetahui bagaimana dampak penerapan strategi pemasaran digital pada industri busana *brand* pakaian Kasyalia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu pemilik perusahaan PT. KASYALIA OFFICIAL INDONESIA, *Content Creator*, *Digital Marketing*, dan *Customer Service*. Tahap anailisi yang digunakan adalah dengan metode triangulasi yang terdapat empat tahap yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan peneliti menarik kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh kasyalia melalui media sosial tiktok menggunakan pemanfaatan tiktok. Dengan cara menciptakan konten kreatif dan menarik, konten yang menarik dan orsinil dapat membantu kasyalia membedakan diri dari pesaing dan menarik perhatian pengguna. Kasyalia juga dapat memanfaatkan musik, efek visual, dan fitur kreatif yang ditawarkan oleh *platform*. Pemanfaatan selanjutnya dengan berkolaborasi dengan tiktok *influencer*, kerjasama dengan tiktokers yang memiliki pengikut yang besar dan pengaruh yang kuat dapat membantu kasyalia meningkatkan visibilitas merek. Saran yang ingin disampaikan oleh peneliti untuk PT. KASYALIA OFFICIAL INDONEISA, dalam *industry fashion* kreativitas sangat penting kasyalia dapar terus mengembangkan konten yang kreatif, menarik, dan relevan untuk menarik perhatian pengguna tiktok. Menggunakan tren terbaru, gaya yang unik, dan ide-ide segar dapat membantu mereka membedakan diri dari pesaing dan memikat audiens yang lebih luas.

**Kata Kunci : Strategi, Digital Marketing, Media Sosial Tiktok**

## **ABSTRACT**

*PT. Kasyalia Official Indonesia is a retail clothing company, which is gradually building a reputation as a growing fashion brand in Indonesia. PT. Kasyalia is a company specializing in selling clothes with the capsule wardrobe concept. This study aims to find out the general description of the Kasyalia clothing brand in the city of Bandung today, find out digital marketing strategies through tiktok in the Kasyalia clothing brand fashion industry, and find out how the impact of implementing digital marketing strategies on the Kasyalia clothing brand fashion industry. The research method used in this research is descriptive qualitative research method. The approach in this study uses a case study approach. The informants in this study are the owners of PT. KASYALIA OFFICIAL INDONESIA, Content Creator, Digital Marketing, and Customer Service. The analysis stage used is the triangulation method, which consists of four stages, namely data collection, data reduction, data presentation and the researcher draws conclusions.*

*The results of this study can be concluded that the marketing strategy carried out by Kasyalia through the social media Tiktok uses the use of Tiktok. By creating creative and interesting content, interesting and original content can help Kasyalia differentiate itself from competitors and attract the attention of users. Kasyalia can also take advantage of the music, visual effects and creative features offered by the platform. Further utilization by collaborating with TikTok influencers, collaboration with TikTokers who have large followers and strong influence can help Kasyalia increase brand visibility. Suggestions to be conveyed by researchers to PT. KASYALIA OFFICIAL INDONEISA, in the fashion industry creativity is very important for Kasyalia to continue to develop creative, interesting and relevant content to attract the attention of tiktok users. Using the latest trends, unique styles and fresh ideas can help them differentiate themselves from their competitors and appeal to a wider audience.*

**Keywords: Strategy, Digital Marketing, Tiktok Social Media**

## ABSTRAK

PT. Kasyalia Official Indonesia mangrupikeun perusahaan ritel pakean, anu laun-laun ngawangun reputasi salaku merek fashion anu ngembang di Indonesia. PT. Kasyalia mangrupikeun perusahaan anu khusus dina ngajual baju kalayan konsép papakéan kapsul. Ulikan ieu miboga tujuan pikeun mikanyaho gambaran umum merek busana Kasyalia di Kota Bandung kiwari, mikanyaho stratégi pamasaran digital ngaliwatan tiktok di industri busana merek busana Kasyalia, sarta mikanyaho kumaha dampak dilaksanakeunana strategi pamasaran digital dina industri busana merek busana Kasyalia. Méthode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta méthode déskriptif kualitatif. Pamarekan dina ieu panalungtikan ngagunakeun pamarekan studi kasus. Informan dina ieu panalungtikan nya éta juragan PT. KASYALIA OFFICIAL INDONESIA, Content Creator, Digital Marketing, and Customer Service. Tahap analisis anu digunakeun nya éta méthode triangulasi, anu diwangun ku opat tahapan, nya éta ngumpulkeun data, réduksi data, penyajian data jeung panalungtik nyieun kacindekan.

Hasil tina ieu panalungtikan bisa dicindekkeun yén strategi marketing anu dilaksanakeun ku Kasyalia ngaliwatan média sosial Tiktok ngagunakeun ngagunakeun Tiktok. Ku nyieun eusi kreatif sarta metot, eusi metot jeung aslina bisa mantuan Kasyalia ngabedakeun diri ti pesaing sarta narik perhatian pamaké. Kasyalia ogé tiasa ngamangpaatkeun musik, épék visual sareng fitur kreatif anu ditawarkeun ku platform éta. Pemanfaatan salajengna ku kolaborasi sareng influencer TikTok, kolaborasi sareng TikTokers anu gaduh pengikut ageung sareng pangaruh anu kuat tiasa ngabantosan Kasyalia ningkatkeun visibilitas merek. Saran anu kudu ditepikeun ku panalungtik ka PT. KASYALIA OFFICIAL INDONEISA, dina industri fashion kréativitas kacida pentingna pikeun Kasyalia pikeun terus ngamekarkeun eusi kreatif, metot jeung relevan pikeun narik perhatian pamaké tiktok. Ngagunakeun tren panganyarna, gaya unik jeung gagasan seger bisa mantuan aranjeunna ngabedakeun diri ti pesaing maranéhanana sarta daya tarik pikeun panongton lega.

**Kecap Konci: Strategi, Pemasaran Digital, Media Sosial Tiktok**