

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *YONZ SUSPENSION* MELALUI MEDIA SOSIAL” (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pemasaran Melalui *Platform* Tiktok Dalam Menarik Konsumen).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Yonz Suspension* melalui media sosial Tiktok. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Strategy* R.A.C.E. untuk mengetahui perencanaan dan mengelola strategi digital marketing secara efektif.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dimana teknik pengumpulan datanya menggunakan studi pustaka, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Jumlah informan dalam penelitian ini yaitu 10 (sepuluh) orang yang terdiri dari 1 (satu) informan ahli, 6 (enam) informan pendukung, 2 (dua) informan inti, dan 1 (satu) informan akademisi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Yonz Suspension* menerapkan tiga konsep konten yaitu edukasi berupa tutorial serta pengetahuan tentang nyaman berkendara; hiburan berupa kejadian-kejadian lucu selama di bengkel; dan kekeluargaan berupa memberikan pelayanan sarapan dan jajanan gratis dalam memberikan kesadaran kepada calon konsumen maupun pengguna media sosial tiktok. Serta konsistensi dalam membuat konten dan menjaga kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas dan menjadi pelanggan yang loyal.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, Digital Marketing, Media Sosial, Tiktok, Kesadaran