

**Pemanfaatan Aplikasi TikTok Shop Sebagai Media Promosi Terhadap  
UMKM Toko Hijab Abiee Hijab di MMTC**

*Utilization of the TikTok Shop Application as a Promotional Media for MSMEs  
Abiee Hijab Hijab Shops at MMTC*

Siti Aisyah<sup>1</sup>, Raudatun Sumi<sup>2</sup>, Sonia Purba<sup>3</sup>, Finik Kharianti<sup>4</sup>, Melsa Siagian<sup>5</sup>

<sup>12345</sup>Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[sitiaisyah@uinsu.ac.id](mailto:sitiaisyah@uinsu.ac.id)<sup>1</sup>, [raudatunsumi@gmail.com](mailto:raudatunsumi@gmail.com)<sup>2</sup>, [soniapurba879@gmail.com](mailto:soniapurba879@gmail.com)<sup>3</sup>, [finikkharianti99@gmail.com](mailto:finikkharianti99@gmail.com)<sup>4</sup>, [melsasiagian759@gmail.com](mailto:melsasiagian759@gmail.com)<sup>5</sup>

---

**Article History:**

Received: 20 November 2022

Revised: 01 Desember 2022

Accepted: 13 Desember 2022

**Keyword : Application, TikTok Shop, Media, Promotion**

**Abstract:** *The digital era is a period or era in which almost all areas of life have been assisted by digital technology. In the digital era, people's shopping patterns have shifted, activities that were initially carried out by meeting face to face or through conventional media such as television, radio and even newspapers. Digital marketing is an activity to promote products or services (branding) that is carried out through websites and social media. This study aims to determine the extent of marketing development and how Bigissimo.id's use of social media Tiktok as a promotional medium during the Pandemic Period in MSMEs, especially one of the Abiee hijab shops in MMTC Block G-18. The method used by the author in research activities is by conducting interviews, questionnaires and directing the use of the Tiktok application. The effort or effort that will be carried out by researchers towards the Abiee Hijab Shop SMEs is to introduce digital marketing through the Tiktok application.*

---

**Abstrak**

Era digital adalah sebuah masa atau zaman dimana hampir seluruh bidang dalam tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital. Pada era digital, pola berbelanja masyarakat menjadi bergeser, kegiatan yang awal mulanya dilakukan dengan cara bertemu dan bertatap muka secara langsung atau melalui media konvensional seperti televisi, radio bahkan koran. Digital marketing adalah sebuah kegiatan mempromosikan produk atau jasa (branding) yang dilakukan lewat website maupun media sosial. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan pemasaran dan bagaimana pemanfaatan media sosial seperti Tiktok sebagai media promosi oleh Bigissimo.id di Masa Pandemi di UMKM khususnya salah satu toko hijab Abiee yang ada di MMTC Blok G-18. Adapun metode yang dilakukan penulis dalam kegiatan ini adalah dengan melakukan wawancara, kuesioner dan pengarahannya penggunaan

aplikasi Tiktok. Upaya atau usaha yang akan dilakukan oleh penulis terhadap UMKM Toko Hijab Abiee adalah dengan memperkenalkan marketing digital melalui aplikasi Tiktok.

Kata kunci : Aplikasi, TikTok Shop, Media, Promosi

## **PENDAHULUAN**

Pada era digital yang terjadi pada saat ini, hampir semuanya telah dimudahkan dengan adanya teknologi dan internet. Era digital adalah sebuah masa atau zaman dimana hampir seluruh bidang dalam tatanan kehidupan sudah dibantu dengan teknologi digital. Pada era digital, pola berbelanja masyarakat menjadi bergeser, kegiatan yang awal mulanya dilakukan dengan cara bertemu dan bertatap muka secara langsung atau melalui media konvensional seperti televisi, radio bahkan koran, kini berubah menggunakan teknologi internet. Dengan seiring kemajuan teknologi internet, tren di dunia bisnis juga semakin bervariasi. Salah satunya adalah tren tentang digital marketing. Digital marketing adalah sebuah kegiatan mempromosikan produk atau jasa (branding) yang dilakukan lewat website maupun media sosial (Nabilah, 2021). Lebih terincinya digital marketing adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknologi yang ada sekarang atau lewat digital. Di era digital seperti sekarang ini para penjual dan pembeli di mudahkan berinteraksi melalui sosial media dan market place. Media sosial adalah sebuah media daring yang para penggunanya dapat berpartisipasi berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, wiki, forum dan dunia virtual.

Dengan kata lain media sosial bisa diterjemahkan sebagai wadah atau sarana untuk menyampaikan dan menerima suatu informasi, dimana pengirim dan penerima pesan dapat melakukan interaksi dan berpartisipasi langsung dalam media sosial memudahkan banyak orang dalam mencari informasi-informasi terbaru, termasuk mempermudah mereka melakukan transaksi pembelian secara online. Media sosial kini menjadi salah satu bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya di Indonesia saja, bahkan di seluruh belahan sosial menjadi tempat bagi pelaku bisnis untuk melakukan komunikasi pemasaran dunia. Media sosial dapat menjadi sebuah fasilitator untuk melakukan jual beli secara online karena dapat meningkatkan perekonomian para pedagang UMKM.

Salah satu fenomena bagaimana tingkat konsumerisme mahasiswa dalam menyikapi fenomena racun Tiktok yang saat ini tengah marak di masa pandemi. Trend aplikasi tiktok saat ini juga tak hanya memuat video-video hiburan yang lucu, namun juga berkembang sebagai wadah bagi para pelaku bisnis maupun UMKM untuk melakukan social media marketing guna menarik calon pembeli melalui video-video racun Tiktok yang menarik. Oleh karena itu dikumpulkan responden berupa kalangan anak muda yang aktif menggunakan Tiktok untuk mengetahui apa saja dan seberapa besar dampak pengaruh yang ditimbulkan akibat video racun

Tiktok tersebut. Tiktok adalah aplikasi yang memberikan spesial efek yang unik dan menarik yang dapat digunakan oleh penggunanya dengan sangat mudah. Aplikasi sosial Tiktok memiliki variasi musik yang banyak sehingga dalam kegiatan penjualannya tidak mudah bosan.

Media sosial dapat diartikan sebagai media online yang menggunakan internet dimana para penggunanya dapat langsung berinteraksi, berpartisipasi dan berbagi isi/contentnya. Menurut (Latham, 2011) menyebutkan bahwa media sosial adalah layanan aplikasi berbasis internet yang mana konsumen dapat berbagi pendapat, sudut pandang, pemikiran dan pengalaman Media sosial dapat digunakan sebagai penghubung suatu informasi dan komunikasi dari seorang produsen ke konsumen. Konsumen bisa mendapatkan informasi sebuah produk dari media sosial begitu juga sebaliknya. Produsen dapat memenuhi kebutuhan informasi konsumen dengan menggunakan media sosial.

Seperti yang dikemukakan oleh (Latham, 2011), menyebutkan bahwa media sosial menjadi media yang potensial untuk menemukan konsumen/pengguna produk dan membangun image merek produk. Tik Tok menjadi salah satu platform yang sedang sangat digemari saat ini. Sebagai salah satu media sosial Tiktok memberikan sarana berbagi konten yang sangat bervariasi dari segi kreativitas, video challenge, lipsync, lagu, menari, bernyanyi dan lain-lain. Karena banyaknya yang menggunakan maka Tiktok memberikan peluang sebagai sarana promosi. Strategi marketing yang dapat dilakukan dengan platform Tiktok antara lain yaitu (1). Menggunakan hashtag: hashtag (#) sebuah tanda yang memiliki maksud agar suatu pokok bahasan, peristiwa, bahkan sebuah produk dapat mudah ditemukan, dengan hashtag yang diberikan/digunakan dapat membantu konsumen mencari produk yang dicarinya/ dibutuhkanya. (2). Mengikuti tren yang terjadi strategi pemasaran dengan menggunakan Tiktok mengandalkan video yang menggambarkan hal yang sedang tren. Untuk kondisi ini produsen harus dapat menemukan moment yang sesuai untuk produknya untuk dapat dipromosikan dan dikenalkan ke konsumen. (3). melakukan kolaborasi dengan para influencer : hal ini dapat dilakukan dengan melakukan kolaborasi dengan influencer yang sedang digemari dan memiliki banyak pengikut sehingga strategi promosi yang dilakukan lewat Tiktok dapat memikat dan menarik banyak orang, dengan catatan tujuan pasar yang ingin dituju jelas (Ramadhan, 2021).

Perkembangan teknologi dan media informasi berdampak juga terhadap promosi yang dilakukan, dimana sudah beralih ke promosi online (Aldila Safitri, 2021). Banyak pengusaha yang lebih memilih mempromosikan produk mereka dengan internet salah satunya dengan media sosial. Dengan keuntungan lebih murah, proses promosi cepat, jangkauannya luas dapat dilihat oleh seluruh dunia. Namun kekurangan promosi dengan penggunaan media internet ini antara lain dibutuhkan

keaktivitas yang tinggi untuk dapat mempromosikan produknya karena banyaknya para pesaing/competitor (Dewa, C. B. & Safitri, 2021).

Tiktok menjadi aplikasi media sosial yang populer dan berkembang (Statista, 2020). Perkembangan aplikasi Tiktok menjadi kesempatan bagi para pengusaha atau para pelaku pemasaran untuk melakukan personal branding atau mempromosikan produknya. Tiktok Shop perpaduan hiburan dan bisnis yang bisa dipakai untuk berjualan hingga berbelanja online berbelanja lewat Tiktok Shop cukup mudah. Penggunaanya perlu mengunduh aplikasi Tiktok dan mendaftar atau membuat akun. TiktokShop menawarkan produk dari berbagai macam merek dan produk dari hasil UMKM. Detikers dapat berbelanja secara langsung, dan menyediakan beragam promo hingga berkesempatan memperoleh hadiah menarik. Pemanfaatan dapat diartikan sebagai kegiatan menggunakan proses dan sumber belajar, menurut (Puguh Kurniawan, 2017) mendefinisikan pemanfaatan sebagai sebuah tata cara, proses ataupun sebuah kegiatan yang menciptakan sesuatu menjadi lebih bermanfaat. Kata pemanfaatan sendiri berasal dari kata manfaat yang memiliki makna faedah. Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer tahun 2002, menjelaskan bahwa pemanfaatan merupakan sebuah aktivitas atau perbuatan yang melalui proses memanfaatkan sehingga menciptakan manfaat di dalamnya (Nasional, 2015). Aplikasi merupakan suatu perangkat lunak atau biasa dikenal software yang memiliki beberapa fitur tertentu dengan teknik yang dapat diakses oleh para pengguna. Menurut (Nurlinda L Ucu, Sary Paturusi, 2018), bahwa aplikasi merupakan pemakaian dalam sebuah komputer, instruksi ataupun sebuah pernyataan yang disusun dengan sedemikian rupa sehingga komputer dapat memproses input menjadi output. Tiktok shop adalah sebuah media marketing online terbaru yang saat ini sangat maraknya digunakan oleh para penjual dengan cara penjualan yang menarik dengan membuat konten vidio menggunakan suara atau musik bahkan harga yang ditawarkan di tiktok shop sangat murah dengan barang yang berkualitas (Yuniarti, 2020). Tiktok merupakan fitur sosial e-commerce yang mengarahkan pengguna atau para kreator mempromosikan barang dagangan sekaligus melakukan aktivitas belanja.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di salah satu UMKM di MMTC Blok G-18 yaitu Toko Hijab Abiee penulis menggunakan beberapa metode berupa pengenalan, pengarahan dan mengaplikasikan. Pengenalan dalam metode merupakan salah satu langkah yang pertama kali dilakukan oleh setiap orang sebelum mengenal lebih jauh, hal ini dilakukan supaya dalam pelaksanaannya tidak terjadi kesalahan karena sudah mengerti terhadap hal tersebut. Kemudian pengarahan dilakukan agar pihak yang membutuhkan tidak salah dalam menggunakan sesuatu yang akan digunakan, sehingga aktivitas penggunaan berjalan dengan lancar. Untuk itu kami telah mempersiapkan beberapa teori yang

sangat cocok untuk dikenalkan dan diarahkan kepada pemilik usaha, kemudian disusul dipertemuan selanjutnya dengan praktek pengaplikasian Aplikasi Tiktok Shop tersebut. Namun dalam pelaksanaannya, pihak yang bersangkutan mempunyai handphone atau tablet yang terakses internet terlebih dulu untuk mempermudah proses pengarahan. Berikut tahap-tahap pelaksanaan yang dilakukan:



Gambar 1.1 Alur Proses Pelaksanaan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi Tiktok shop kedengarannya memang masih baru, namun meskipun terbilang masih sangat baru aplikasi tersebut menjadi media perbelanjaan online terfavorit dikalangan anak muda maupun orangtua saat ini (PG, 2021). Hampir semua kegiatan saat ini dilakukan secara online atau digital, tujuannya adalah untuk mempercepat proses aktivitas serta penyebaran barang jualan juga menjadi lebih cepat. Harga dan kualitas yang ditawarkan di Tiktok shop ini juga tidak tanggung-tanggung yang menjadikan racun bagi pelanggan dan penontonnya (Sudrajat, 2021).

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan pemahaman terhadap masyarakat atau pelaku usaha yang belum mengenal apa itu aplikasi Tiktok shop. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh beberapa mahasiswi UINSU di salah satu UMKM yang ada di lokasi MMTK Blok G-18 yaitu Toko Abiee Hijab yang menjual berbagai jenis hijab dan ciput. Toko ini masih melakukan sistem penjualan secara manual dan tidak menggunakan media sosial dalam marketingnya. Dari hasil yang didapat, sistem pelayanan toko ini sangat baik dan ramah yang dapat menarik perhatian pengunjung.

Adapun Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat berdasarkan tahapan rangkaian kegiatan yang telah disusun:

### ***Pertama***, Pengenalan aplikasi Tiktok shop

Ini dilakukan dengan memperlihatkan cara menggunakan dan menunjukkan betapa banyaknya toko yang menggunakan aplikasi tiktok shop sebagai alat promosi maupun berjualan di media sosial. Sosialisasi atau pengenalan ini dilakukan dengan target toko-toko yang tidak mengerti menggunakan dari aplikasi tik tok shop tersebut salah satunya Toko Hijab Abiee.

### ***Kedua***,memberi teori

Menjelaskan bagaimana Aplikasi tersebut dapat membawa perubahan bagi usaha yang dijalankan dengan menunjukkan rujukan dari buku, artikel dan jurnal.



Gambar 1.2 Dokumentasi pengenalan Aplikasi Tiktok shop



### Gambar 1.3 Dokumentasi memberi teori

Dengan adanya kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa ini dapat memberi manfaat dan meningkatkan penjualan bagi toko tersebut, karena sejauh ini banyak penjual dari berbagai daerah yang sukses dalam berbisnis. Hal ini jauh lebih menguntungkan, bahkan ada dari beberapa penjual yang tidak memiliki toko, ruko atau lapak tempat berjualan namun bisnis yang dijalankan sangat lancar melalui aplikasi ini (Ramby, 2022). Namun dalam melakukan penjualan di aplikasi ini memakan banyak biaya seperti kuota internet yang tinggi, dan memerlukan laptop untuk lebih memudahkan penjual.

#### ***Ketiga***, Pengarahan dalam mengaplikasikan Tiktok shop

Dalam tahap ini yaitu mengarahkan pemilik toko bagaimana cara menggunakan aplikasi tersebut.

Berikut Pembuatan Akun Tiktok:

#### A. Pembuatan Akun TikTok

- Download aplikasi Tik Tok atau Tik Tok Lite.
- Buka aplikasi Tik Tok.
- Pilih Login dengan Email hingga media sosial lainnya.
- Masukkan alamat email.
- Lakukan verifikasi di Email atau media sosial.
- Akun Tik Tok telah berhasil dibuat.

#### B. Pendaftaran Akun Tiktok Shop dan Upload Produk

Kunjungi situs TikTok Shop Seller

Langkah pertama untuk mengaktifkan TikTok Shop yaitu buka laman situs TikTok Shop Seller Center di perangkat yang kamu gunakan. Setelah itu, kamu perlu mendaftarkan akun sebagai seller TikTok. Kamu bisa memilih menggunakan akun pribadi atau membuat akun TikTok seller baru.

1. Login/daftar akun TikTok Seller

Cara selanjutnya untuk mengaktifkan TikTok Shop adalah mendaftarkan akun seller. Jika kamu belum pernah mendaftar sebagai seller, kamu dapat mendaftar menggunakan akun TikTok yang kamu miliki dengan mengklik opsi Sign up with TikTok Account. Kalau kamu sudah pernah terdaftar sebagai seller, kamu tinggal melakukan login ke akun tersebut. Jika kamu belum punya akun TikTok juga tidak masalah. Kamu bisa mendaftar dengan alamat email dan nomor handphone dengan klik opsi Sign up with Phone & Email.

2. Lengkapi informasi toko

Setelah berhasil login dan mendaftar akun seller, tahap selanjutnya adalah melengkapi informasi toko untuk memaksimalkan penjualanmu. Kamu harus melengkapi data ini sebelum bisa menambahkan produk-produk ke TikTok Shop. Isi lokasi toko dan nomor kontak yang bisa dihubungi, setelah itu klik Start to add products.

3. Verifikasi TikTok Shop

Sebelum produkmu bisa dijual di TikTok Shop, kamu harus memverifikasi dokumen terlebih dahulu. Klik Verify documents pada homepage, kemudian klik Upload Documents. Lengkapi data-data yang dibutuhkan mengenai penjual. Isi jenis bisnis, apakah korporat atau perorangan. Jika perorangan, kamu perlu memverifikasi data pribadi seperti KTP atau passport. Kemudian, kamu harus mengupload foto KTP dalam format pdf, jpeg, jpg, atau png. Pastikan foto menampilkan KTP dengan jelas dan ukuran file tidak melebihi 10 MB. Informasi yang sudah kamu isi tidak dapat diubah kembali nantinya. Jadi, pastikan kamu mengisi data-data dengan benar ya. Jika sudah selesai, klik Submit. Setelah proses verifikasi selesai, akun TikTok Shop-mu sudah bisa digunakan untuk menjual produk. TikTok akan memverifikasi kartu identitas yang kamu unggah terlebih dahulu. Proses verifikasi biasanya tidak membutuhkan waktu yang lama.

4. Menambahkan produk ke TikTok Shop

Cara membuat TikTok Shop berikutnya yaitu menambahkan produk ke toko. Jika tokomu sudah berhasil diverifikasi, kamu bisa mulai menambahkan produk yang akan dijual ke TikTok. Caranya, kembali ke homepage, kemudian klik opsi Add First Product lalu Add Product. Untuk mengupload produk ke TikTok Shop, lengkapi dulu deskripsi produk yang akan kamu jual. Isi nama produk, kategori, dan pilih brand atau tambahkan brand baru ke TikTok Shop. Jika ingin menambahkan brand baru, kamu harus mengupload dokumen kepemilikan atau hak penjualan (kalau kamu sebagai reseller). Jika tidak punya, pilih saja No brand. Setelah itu, upload foto produk dan berikan deskripsi produk untuk memudahkan pelanggan kamu berbelanja. Kamu bisa mengupload hingga maksimal 9 foto. TikTok juga menyarankan untuk mengupload foto dengan rasio 1:1 agar gambar terlihat jelas. Selanjutnya, scroll ke bawah dan isi informasi tentang detail variasi produk. Jika kamu menjual produk dengan berbagai macam variasi, seperti warna, ukuran, rasa, dan sebagainya, isi di kolom Variaton. Setelah itu, kamu perlu mengisi informasi fisik mengenai produk, seperti berat dan dimensinya (opsional). Ini berguna dalam menentukan biaya ongkos kirim untuk masing-masing kurir yang didukung oleh TikTok Shop. Selain informasi fisik produk, kamu juga bisa memasukkan informasi mengenai garansi produk dan cara mengklaimnya (jika tersedia). Hal ini bersifat opsional, jadi kamu bisa mengosongkannya saja. Setelah selesai, kamu bisa memilih untuk menyimpannya sebagai draft atau langsung mempublikasikan produk. Klik opsi Publish untuk langsung menerbitkan produk.

### C. Pengisian Rekening bank

Jangan lupa hubungkan rekening bank dengan TikTok Shop untuk mendapat penghasilan dari tokomu. Caranya, kembali ke homepage, kemudian pilih opsi Link Bank Account lalu klik Link Account. Lanjutkan ke proses selanjutnya hingga selesai untuk menautkan rekening ke TikTok Shop. Kamu juga perlu mempromosikan katalog produk di TikTok. Buatlah konten-konten video pendek di TikTok dan kreasikan sesuai dengan target pasarmu. Hal ini bisa membantumu dalam promosi produk dan tokomu di TikTok. Untuk memperluas target pasar, kamu bisa memanfaatkan jasa influencer yang memiliki banyak followers agar produkmu lebih dikenal. Buat kerja sama dengan kreator TikTok atau influencer untuk membuat konten video yang mengarahkan pengunjung ke tokomu. Hal ini diharapkan bisa menambah followers dan engagement di akun bisnismu.

## **KESIMPULAN**

Dengan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengajarkan kepada masyarakat luar tentang apa itu teknologi, bagaimana melakukan marketing secara online, mengenal Aplikasi Tiktok shop. Tentunya hal tersebut sangat memberi manfaat kepada pelaku usaha dalam menghadapi perubahan zaman. Salah satu perubahan yang dapat kita lihat yaitu menjualkan barang dagangan melalui sosial media seperti tiktok, instagram, facebook dll. Aplikasi tiktok merupakan sebuah aplikasi yang sangat menarik, dalam aplikasi tersebut banyak dari kalangan anak muda bahkan orangtua yang membuat konten kreator berupa musik dan vidio sehingga memberi keuntungan dari hasil karya tersebut. Kemudian aplikasi tersebut dijadikan media marketing digital, bahkan aplikasi tersebut sangat berkembang karena ada banyak sekali barang-barang yang memiliki kualitas dan kuantitas yang baik, tidak salah lagi jika sangat banyak kalangan anak muda yang berbelanja secara tanpa harus keluar rumah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Aldila Safitri, R. dan I. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>

Dewa, C. B. & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), 65–71. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>

Latham, T. M. dan K. (2011). *Social Media : The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks Reputation, Legal, Operational Bemitigated Information LawGroup*. Information LawGroup.

Nabilah, I. (2021). *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Strategi Bisnis*.

Nasional, D. P. (2015). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.

Nurlinda L Ucu, Sary Paturusi, S. R. U. A. S. (2018). Analisa Pemanfaatan E-Learning Untuk Proses Pembelajaran. *Jurnal Teknik Informatika*, 13(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35793/jti.13.1.2018.20196>

PG, R. (2021). *Fitur Baru TikTok Live untuk Kreator, Bisa Tanya Jawab dan Bikin Jadwal Live Streaming*.

Puguh Kurniawan. (2017). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas*

Trunojoyo Madura. Kompetensi, 11(2), 217–225.  
<http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>

Ramadhan. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.

Ramby, K. (2022). Konsistensi Kreator Konten TikTok Dalam Memproduksi Video Sebagai Aplikasi Nomer Satu Di App Store. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Statista. (2020). Negara Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Bukan yang Pertama. Databooks. <https://databoks-series.katadata.co.id/datapublish/2020/07/06/negara-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-bukan-yang-pertama>

Sudrajat, M. T. dan R. H. (2021). Efektivitas TikTok Sebagai Media Promosi Produk Scarlett Whitening. *E-Proceeding of Management*, 8(5), 6779.

Yuniarti. (2020). Pengaruh Promosi Online Melalui Tiktok Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Usaha di Masa Pandemi Covid-19. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.