

ABSTRAK

Laporan Akhir ini bertujuan untuk merancang strategi promosi yang efektif melalui media sosial TikTok dalam upaya meningkatkan daya tarik dan penjualan jasa dekorasi serta penyewaan tenda pada Setia Tenda Palembang. Di era digital saat ini, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menjadi salah satu pendekatan yang relevan dan efisien, terutama dalam menjangkau generasi muda yang aktif di platform digital. Metode yang digunakan adalah ADDIE ini meliputi analisis, perancangan, pengembangan, implementasi, dan evaluasi dengan pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Proses perancangan mencakup tahapan analisis konten yang sudah ada, perencanaan konten, produksi video, hingga publikasi melalui akun TikTok resmi Setia Tenda. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan TikTok sebagai media promosi berhasil meningkatkan interaksi digital, permintaan jasa dekorasi, serta memperkuat branding usaha. Konten visual yang menarik, penggunaan tren audio, dan konsep *before-after* dekorasi menjadi daya tarik utama dalam mempengaruhi keputusan calon pelanggan. Dengan demikian, TikTok dapat dijadikan sebagai strategi promosi utama yang efektif dan berdampak positif terhadap pertumbuhan usaha dekorasi tenda, khususnya bagi Setia Tenda Palembang.

Kata Kunci: Promosi, Media Sosial, TikTok, Jasa Dekorasi, Setia Tenda Palembang

ABSTRACT

This Final Report aims to design an effective promotional strategy through TikTok social media in an effort to increase the appeal and sales of decoration services and tent rentals at Setia Tenda Palembang. In today's digital era, the use of social media as a promotional tool is a relevant and efficient approach, especially in reaching the younger generation who are active on digital platforms. The method used is ADDIE which includes analysis, design, development, implementation, and evaluation with data collection through direct observation, interviews, and documentation. The design process includes the stages of analyzing existing content, content planning, video production, and publication through the official TikTok account of Setia Tenda. The results obtained indicate that the use of TikTok as a promotional medium successfully increased digital interaction, demand for decoration services, and strengthened business branding. Attractive visual content, the use of audio trends, and the concept of before-after decoration are the main attractions in influencing potential customer decisions. Thus, TikTok can be used as an effective main promotional strategy and have a positive impact on the growth of the tent decoration business, especially for Setia Tenda Palembang.

Keywords: Promotion, Social Media, TikTok, Decoration Services, Setia Tenda Palembang