

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten kreatif di TikTok dalam membangun citra merek pada UMKM Bakso Selera Baru Palembang. Latar belakang penelitian ini didasari oleh rendahnya optimalisasi pemanfaatan TikTok sebagai media promosi, padahal platform ini memiliki potensi besar dalam menjangkau audiens secara luas, khususnya generasi muda. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan, serta dokumentasi konten TikTok. Data dianalisis secara induktif dengan fokus pada elemen-elemen konten kreatif seperti audio viral, caption menarik, visual konsisten, pemanfaatan *hashtag*, dan penyampaian pesan ringkas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah penerapan strategi konten kreatif secara konsisten sejak Mei 2025, terjadi peningkatan signifikan pada metrik *engagement* seperti jumlah tayangan, *like*, komentar, dan *share*. Konten yang dikembangkan meliputi promosi, edukasi, *storytelling*, dan hiburan. Strategi ini berhasil membentuk citra merek Bakso Selera Baru sebagai UMKM yang aktif, kreatif, dan relevan di platform digital. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa strategi konten kreatif di TikTok memberikan dampak positif terhadap penguatan citra merek, meningkatkan keterlibatan audiens, dan memperluas jangkauan pasar secara organik. Strategi ini layak diterapkan oleh UMKM lain yang ingin mengembangkan citra mereknya di media sosial.

Kata Kunci: Strategi Konten Kreatif, TikTok, Citra Merek, UMKM Bakso Selera Baru.