

ABSTRAK

Kedai Roti dan Kue Cek Wati merupakan usaha mikro yang bergerak di bidang penjualan roti dan kue. Dalam kegiatan promosinya, Kedai Roti dan Kue Cek Wati masih menggunakan aplikasi WhatsApp *Business* dengan memanfaatkan fitur katalog sebagai media promosi. Cara promosi tersebut dinilai kurang efektif karena jangkauan informasi yang terbatas sehingga produk belum dikenal secara luas oleh masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan media promosi yang lebih menarik dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas, salah satunya melalui media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten promosi TikTok sebagai media pemasaran digital pada Kedai Roti dan Kue Cek Wati menggunakan metode ADDIE yang terdiri dari lima tahapan, yaitu *Analysis*, *Design*, *Development*, *Implementation*, dan *Evaluation*. Pada tahap *analysis* dilakukan identifikasi kebutuhan promosi dan permasalahan yang dihadapi. Tahap *design* dilakukan perancangan konsep konten, storyboard, caption, hashtag, dan jadwal unggah. Tahap *development* menghasilkan konten video promosi yang diedit menggunakan aplikasi Canva. Tahap *implementation* dilakukan dengan mengunggah konten ke akun TikTok Kedai Roti dan Kue Cek Wati. Selanjutnya, tahap *evaluation* dilakukan dengan menganalisis data insight TikTok dan pengujian *Black Box Testing* untuk memastikan seluruh fitur yang digunakan berjalan dengan baik.

Kata Kunci: Perancangan, Konten Promosi, TikTok, Pemasaran Digital, *ADDIE*.

ABSTRACT

Kedai Roti dan Kue Cek Wati is a micro-enterprise engaged in the sale of bread and cakes. In its promotional activities, the business still relies on WhatsApp Business by utilizing the catalog feature as its primary promotional medium. This promotional method is considered less effective due to its limited reach, causing the products to be less widely recognized by the public. Therefore, a more attractive promotional medium with a broader audience reach is needed, one of which is TikTok social media. This study aims to design TikTok promotional content as a digital marketing medium for Kedai Roti dan Kue Cek Wati using the ADDIE method, which consists of five stages: Analysis, Design, Development, Implementation, and Evaluation. The analysis stage identified promotional needs and existing problems. The design stage involved creating content concepts, storyboards, captions, hashtags, and posting schedules. The development stage produced promotional video content edited using Canva. The implementation stage involved publishing the content on the TikTok account of Kedai Roti dan Kue Cek Wati. Finally, the evaluation stage was conducted by analyzing TikTok insight data and performing Black Box Testing to ensure that all features functioned properly.

Keywords: Design, Promotional Content, TikTok, Digital Marketing, ADDIE.