

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA  
**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi pada dunia saat ini semakin berkembang dengan cepat dan juga pesat. Media Sosial adalah media yang digunakan untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan sesama individu atau dengan perusahaan. Dengan hadirnya media sosial sebagai perantara, seluruh penduduk dunia dapat merasakan mudahnya untuk terhubung dengan siapapun dan kapanpun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data menggunakan teknik wawancara langsung dengan dua narasumber yaitu Dewi Candrawati dan Claudia Bitya Alvyna yang bekerja sebagai marketing komunikasi dan konten kreator bidang sosial media di KidZania Surabaya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji serta menganalisa penggunaan Tiktok sebagai media promosi dalam meningkatkan viewers di KidZania Surabaya. Berdasarkan dari data wawancara yang didapat ada beberapa aspek yang mempengaruhi keberhasilan dalam mencapai jumlah *views* yang tinggi, aspek tersebut diantaranya yaitu pemilihan jam pengunggahan video, pemilihan sound atau audio, penulisan caption yang selaras dengan isi konten yang di unggah dan pemilihan hastag atau tagar yang bermanfaat untuk mengelompokkan kategori video. Tipografi didalam konten juga berperan penting untuk menambah daya tarik serta memberikan informasi kepada audiens. Dengan menerapkan beberapa aspek diatas, KidZania Surabaya berhasil mencapai jumlah *views* yang tinggi dalam setiap video yang diunggah pada platform media sosial tiktok.

**Kata kunci:** *Komunikasi pemasaran, views, tiktok*

IR – PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA  
**ABSTRACT**

Technological developments in the world today are developing rapidly and rapidly. SocialMedia is media used to share text, images, sound and video information either with fellow individuals or with companies. Starting from just sending news via letters, now with the presence of social media as an intermediary, the entire world population can find it easy to connect with anyone at any time. This research uses a qualitative method by collecting data using direct interview techniques with two sources, namely Dewi Candrawati and Claudia Bitya Alvyna who work as communications marketing and content creators in the social media sector at KidZania Surabaya. The aim of this research is to test and analyze the implementation of using TikTok social media as promotional media to increase viewers at KidZania Surabaya. Based on the interview data obtained, there are several aspects that influence success in achieving a high number of views, these aspects include choosing the video upload time, choosing sound or audio, writing captions that are in line with the content of the uploaded content and choosing useful hashtags or tags. to group video categories. Typography in content also plays an important role in adding attraction and providing information to the audience. By implementing several aspects above, KidZania Surabaya has succeeded in achieving a high number of views for every video uploaded on the TikTok social media platform.

**Keywords:** *marketing communication, views, tiktok*