

## INTISARI

Dalam era di mana media sosial telah menjadi pilar utama dalam pemasaran digital, media sosial adalah teknologi digital dalam suatu perangkat komunikasi yang dapat melakukan interaksi, produksi, dan berbagi pesan sehingga dapat membuat semua orang saling terhubung (Putri & Wulandari, 2024). Clean Laundry menemukan diri mereka ingin memperluas visibilitas merek mereka. Sebagai tanggapan terhadap tren yang berkembang dan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, perusahaan ini telah memutuskan untuk mengeksplorasi potensi TikTok sebagai platform pemasaran. Clean Laundry berusaha meningkatkan visibilitas merek mereka melalui TikTok, sebuah platform yang populer di kalangan generasi muda dan menawarkan peluang besar dengan pendekatan visual dan kreatif. Tujuan Penelitian adalah Mengembangkan strategi konten yang kreatif dan relevan berdasarkan pemahaman mendalam tentang keunggulan merek. Penelitian ini menggunakan metode Design Thinking yang memiliki 5 tahapan yaitu Emphatize (Empati), Devine (Mendefinisikan), Ideate (Ide), Prototype, Test (Pengujian). Penelitian menunjukkan bahwa video grafis bergerak dan kolaborasi dengan influencer dapat efektif dalam meningkatkan kesadaran dan keterlibatan merek. Studi ini berfokus pada perancangan strategi konten yang kreatif dan relevan, memahami tren dan preferensi audiens, serta memanfaatkan hashtag untuk memperluas jangkauan di TikTok. Penelitian ini telah berhasil mempermudah audiences dalam memahami informasi yang disampaikan melalui konten microblog dan menarik audiences untuk mengunjungi laman TikTok Clean Laundry melalui penerapan motion graphic pada konten microblog yang telah dibuat. Dengan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, Clean Laundry dapat meningkatkan visibilitas merek, memperluas jangkauan audiens, dan memperkuat keterlibatan konsumen potensial, sekaligus memberikan kontribusi teoretis dan aplikatif dalam praktik pemasaran digital.

Kata kunci: TikTok, kreatif, influencer

## **ABSTRACT**

*In an era where social media has become a major pillar in digital marketing, social media is a digital technology in a communication device that can interact, produce, and share messages so that everyone can be connected (Putri & Wulandari, 2024). Clean Laundry found themselves wanting to expand their brand visibility. In response to the growing trend and to reach a wider audience, the company has decided to explore the potential of TikTok as a marketing platform. Clean Laundry seeks to increase their brand visibility through TikTok, a platform that is popular among the younger generation and offers great opportunities with a visual and creative approach. The purpose of the study is to develop a creative and relevant content strategy based on a deep understanding of brand excellence. This study uses the Design Thinking method which has 5 stages, namely Empathize, Devine, Ideate, Prototype, Test. Research shows that motion graphic videos and collaboration with influencers can be effective in increasing brand awareness and engagement. This study focuses on designing a creative and relevant content strategy, understanding audience trends and preferences, and utilizing hashtags to expand reach on TikTok. This research has succeeded in making it easier for audiences to understand the information conveyed through microblog content and attracting audiences to visit the Clean Laundry TikTok page through the application of motion graphics to the microblog content that has been created. By developing the right marketing strategy, Clean Laundry can increase brand visibility, expand audience reach, and strengthen potential consumer engagement, while providing theoretical and applicable contributions to digital marketing practices.*

*Keywords: TikTok, creative, influencer*