

ABSTRAK

Media sosial saat ini digunakan oleh semua kalangan dengan kebutuhan yang beragam dikarenakan memiliki banyak manfaat dan kegunaan media sosial. Manfaat media sosial yang dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari adalah; Sebagai media bersosialisasi, media informasi, hiburan, penyaluran hobi, bahkan sebagai media bisnis online dan promosi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur perkembangan penjualan berdasarkan konten pada sosial media TikTok Atmosphere Beauty dari UMKM Atmosphere Beauty yang berada di Kota Bukit Tinggi, Sumatera Barat.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, data yang dibutuhkan yaitu data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Dengan metode penelitian yang digunakan penulis berhasil mendapatkan dimana dalam perancangan konten sosial media marketing pada akun sosial media Tiktok @atmosphere.beauty konten yang di produksi mengacu kepada tiga dari empat aspek konten marketing yaitu educate, inspire, dan convince. Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapati bahwa ditengah *boomning*-nya penjualan pada TikTok Shop namun hal ini kurang maksimal pada penjualan UMK Atmosphere Beauty dikarenakan kurang aktifnya akun dari sosial media TikToknya yang mana hanya aktif pada sosial media Instagram yang mana langsung mencantumkan link shopee untuk platform penjualan produk sehingga mengakibatkan *viewers* atau *followers* dari Atmosphere Beauty langsung mengakses ke shopee tidak melalui keranjang kuning atauu TikTokShop.

Kata Kunci: Penjualan, Konten Media Sosial