

## ABSTRAK

Kekuatan dan keunikan *audiovisual* TikTok berhasil memberikan banyak kebermanfaatan bagi siapapun dalam menyampaikan informasi. Terutama di era banyaknya konten yang tersebar di dunia maya, TikTok mampu menghadirkan konten yang identik dengan konsep *edutainment* dan interaktif. Seiring dengan berkembangnya era disrupsi digital, Adira Finance juga turut mengembangkan kanal media sosial TikTok dan memproduksi *content creation* untuk berkomunikasi dan saling berbagi informasi dengan pengguna TikTok. TikTok dipilih oleh PT. Adira Finance karena memiliki kemampuan *audiovisual* yang unik dan menarik, sehingga PT. Adira Finance bisa menunjukkan eksistensi sebagai perusahaan keuangan yang turut berkontribusi dalam dunia otomotif. Kanal digital TikTok PT. Adira Finance kini terus dikembangkan untuk memproduksi konten video yang terdiri dari tiga akun yaitu, @momotor.id (kanal informasi seputar layanan untuk pengguna kendaraan roda dua), @momobil.id (kanal informasi untuk pengguna kendaraan roda empat), dan @moservice.id (kanal informasi yang memberikan informasi seputar layanan jasa otomotif). Metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus Robert K Yin, melalui desain penelitian tunggal holistik eksploratif mengenai proses produksi kreatif *content creation* Media Sosial Akun TikTok Adira Finance. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan melalui akun TikTok PT. Adira Finance, akun @momobil.id, @moservice.id, dan @momotor.id berhasil melakukan proses produksi kreatif video konten mulai dari tahap pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi dengan cara unik, kreatif dan informatif bagi kebutuhan informasi pengikutnya. Melalui ragam konten video interaktif TikTok PT. Adira Finance yang dihadirkan, berpengaruh pada meningkatnya eksistensi PT. Adira Finance bagi pengguna TikTok tidak hanya sebagai penyedia jasa layanan keuangan, tetapi juga penyedia jasa jual beli mobil, motor, dan layanan *service* kendaraan.

**Kata kunci:** TikTok, produksi video, media sosial, konten video, otomotif