

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan *social media marketing* di Indonesia mendorong Berrybenka melakukan strategi pemasaran melalui media sosial TikTok khususnya pada akun Berrybenka Shoes yang telah memiliki 81,5 ribu pengikut di akun media sosial TikTok. Namun dalam peningkatan *engagement* pada TikTok Berrybenka Shoes ini menurun sebanyak 62,9%. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui bagaimana pengukuran *social media marketing* Berrybenka Shoes di TikTok sebagai Alat pemasaran. Metodologi penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan melakukan observasi, wawancara, serta dokumentasi dan triangulasi. Data yang telah diperoleh akan dianalisa keabsahannya dengan menggabungkan jawaban dan mengambil kesimpulan dari hasil wawancara dengan informan. Dengan melakukan penelitian ini penulis menggunakan alat ukur yang dilihat pada data *key metrics* yang ada pada aplikasi TikTok, hal ini dapat diketahui bahwa kurangnya pada *respon rate and time* yang merupakan salah satu alat ukur yang digunakan dalam pengukuran *social media marketing* Berrybenka Shoes, hal ini dapat mengurangi *key metrics* pada kolom komentar yang hanya ada sebanyak 41 komentar selama 60 hari yang dimulai pada tanggal 19 November hingga 17 Januari. Hal ini dikarenakan Berrybenka Shoes tidak menggunakan fitur “*reply comment*” pada saat audiens memberikan komentar pada konten yang diunggah. Namun, meskipun Berrybenka Shoes tidak menggunakan fitur “*reply comment*”, Berrybenka Shoes menanggapi para audiens dengan menyesuaikan isi konten yang kerap ditanyakan para audiens. Sehingga dapat diketahui hasil dari penelitian ini yaitu dengan melakukan penelitian menggunakan alat ukur yang dilihat pada data *key metrics* pada aplikasi TikTok sangatlah efektif dalam mengukur *social media marketing* sebagai alat pemasaran. Ditambah adanya kalimat pendukung dari hasil wawancara dengan informan utama dapat diyakini bahwa dengan menggunakan aplikasi TikTok yang dijadikan sebagai alat pemasarannya membuat Berrybenka Shoes banyak dikenal masyarakat melalui data *engagement* nya berdasarkan konten-konten yang diunggah pada akun TikTok Berrybenka Shoes.

Kata kunci: *Social Media Marketing, TikTok, Pemasaran.*