

STRATEGI PEMASARAN PENGELOLAAN MAKANAN DIVERSIFIKASI MANGROVE MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK

Mangrove diversification food management marketing strategy through TikTok social media

Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah menemukan solusi dan memberikan saran yang baik bagi produsen olahan makanan mangrove di media sosial TikTok.

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu produsen olahan makanan mangrove dalam mengenalkan produk olahan makanan mangrove di media sosial TikTok.

METODE

Studi Literatur

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur review yang dilakukan melalui pencarian di Google Scholar dengan kata kunci ‘strategi pemasaran TikTok’ dan ‘kandungan buah mangrove’.

Tahapan penelitian meliputi beberapa Langkah, yaitu pengumpulan literatur, seleksi dan kriteria inklusi analisis dan sintesis data, dan interpretasi Hasil

Hasil Dan Pembahasan

Pengenalan penggunaan aplikasi tiktok shop pada strategi pemasaran pengenalan produk makanan mangrove ini menjadi topik utama dalam penelitian ini.

strategi yang di lakukan peneliti untuk menyelesaikan masalah tersebut dengan memanfaatkan platform tiktok shop sebagai tempat mempromosikan olahan mangrove, dalam membuat konten nya pun ada beberapa strategi yang digunakan, contohnya konten sinematik, penggunaan tagar, teknik riview makanan



KESIMPULAN

Penggunaan media social tiktok pada zaman ini, adalah suatu peluang yang sangat besar bagi para produsen hasil olahan makanan diversifikasi mangrove, dengan menggunakan strategi strategi seperti sinematif video pada produk, tagar audio yang menarik juga strategi riview makanan pada konten konten tiktok, di harapkan jika para produsen hasil olahan produk makanan diversifikasi mangrove ini dapat belajar dan mengembangkan kembali produk mereka

TERIMA KASIH

**STRATEGI PEMASARAN PENGELOLAAN
MAKANAN DIVERSIFIKASI MANGROVE
MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

fenidwi@upi.edu

ridwandwiyana@upi.edu

akshannurrizqy@upi.edu

deboradeviana@upi.edu

nahwarrohman@upi.edu

alfiyanti01@upi.edu