

ABSTRAK

Portee Goods merupakan salah satu produk sepatu lokal asli Bandung yang menciptakan kedekatan emosional dengan pengikutnya melalui media sosial. TikTok merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan menonton video pendek. Adanya TikTok dimanfaatkan oleh Portee Goods untuk kegiatan komunikasi pemasaran melalui konten *Social Experiment Campaign*. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui karakteristik eksperimentasi Dalam Judul “SEPATU YANG ANEH” pada akun TikTok @Porteegoods, tanggapan followers mengenai konten video “SEPATU YANG ANEH” dan alasan penggunaan TikTok sebagai media utama komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan karakteristik eksperimentasi menurut (Azwar 2005) yang terdiri dari Kontrol, Manipulasi, Randomisasi. Pendekatan yang digunakan adalah Kualitatif dengan metode Studi Kasus. Data di peroleh dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan dan analisis data menggunakan triangulasi sumber, dengan mengelompokkan hasil wawancara diantara informan yang terkait. Sehingga hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa melibatkan pemasaran *softselling*, di mana fokusnya pada membangun keterlibatan dan kesadaran merek eksperimen sosial dengan memanfaatkan kontrol variabel, manipulasi topik kontroversial, dan randomisasi untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Pendekatan ini membuktikan bahwa konten yang dirancang secara strategis dapat merangsang reaksi emosional dan mendorong interaksi aktif. Sehingga TikTok dapat dijadikan sebagai media untuk promosi dan hiburan.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, *Social Experiment Campaign*, TikTok

ABSTRACT

Portee Goods is a local shoe product originally from Bandung that creates emotional closeness with its followers through social media. TikTok is a social media platform that allows users to create, share, and watch short videos. Portee Goods uses TikTok for marketing communication activities through content Social Experiment Campaign. The aim of the research is to find out characteristics of experimentation In the title "WEIRD SHOES" on the TikTok account @Porteegoods, followers' responses regarding the content of the video "WEIRD SHOES" and the reasons for using TikTok as the main media for marketing communications. This research uses the characteristics of experimentation according to (Azwar 2005) which consist of Control, Manipulation, Randomization. The approach used is qualitative with the case study method. Data was obtained from observation, interviews and documentation. Data processing and analysis techniques use source triangulation, by grouping interview results among related informants. So the results obtained from this research show that marketing is involved softselling, where the focus is on building engagement and social experiment brand awareness by leveraging variable control, controversial topic manipulation, and randomization to increase audience engagement. This approach proves that strategically designed content can stimulate emotional reactions and encourage active interaction. So TikTok can be used as a medium for promotion and entertainment.

Keywords: Marketing Communications, Social Media, Social Experiment Campaign, TikTok