

ABSTRAK

ZALORA Indonesia merupakan sebuah destinasi fashion online terkemuka di Indonesia. ZALORA adalah toko *online fashion* dan kecantikan yang menawarkan koleksi pakaian, aksesoris, sepatu dan produk kecantikan untuk pria dan wanita. Metode ZALORA dalam memperkenalkan barangnya adalah dengan memasang iklan atau kampanyenya pada media sosial TikTok. TikTok merupakan platform sosial video pendek yang dipadukan dengan musik. Melalui aplikasi TikTok masyarakat menjadi lebih mudah untuk menangkap iklan yang ditayangkannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran *brand fashion* Zalora pada aplikasi TikTok. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam kepada informan ahli dan informan pendukung, serta melakukan observasi online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Zalora yaitu *Pass Strategy* yang dilakukan dengan peningkatan kualitas pelayanan terhadap konsumen yang diwujudkan dengan adanya pusat layanan, memberikan potongan harga dan pemberian informasi mengenai kualitas produk serta penjaminan original dari produk yang ditawarkan.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Strategi Marketing, Zalora, E-Commerce Fashion