

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi terus melaju dengan pesat, mengakibatkan berbagai perubahan di bidang bisnis, dengan berkembangnya zaman gaya hidup dan kebutuhan masyarakat juga semakin meningkat. Alhasil, masyarakat lebih bijak dalam memilih produk/jasa yang akan digunakan. Akibatnya, aktivitas komunikasi pemasaran digital berperan penting dalam bisnis. Aktivitas komunikasi pemasaran digital berupaya membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk/jasanya secara digital menggunakan media sosial, yang diyakini dapat membantu meningkatkan *Brand Awareness* guna membangun merek dan citra perusahaan yang melekat pada ingatan konsumen. Penelitian ini dibuat untuk mengkaji aktivitas komunikasi pemasaran digital *Megrashy Wedding Planner* serta implementasi penggunaan media sosial TikTok dalam meningkatkan *Brand Awareness*. Penulis menggunakan metode analitis kualitatif dengan paradigma interpretatif. Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan memverifikasi informasi yang diperoleh, triangulasi teori, yaitu berdasarkan asumsi bahwa fakta tidak dapat dibuktikan kebenarannya oleh satu atau lebih teori, dan triangulasi metode, yang memiliki dua aktivitas. yang pertama adalah pengecekan validasi temuan dari hasil penelitian dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, dan yang kedua adalah pengecekan validasi dari beberapa sumber dengan menggunakan metode yang sama. Berdasarkan temuan penelitian ini, *Megrashy Wedding Planner* telah menggunakan TikTok sebagai media untuk melakukan pemasaran digital guna meningkatkan *Brand Awareness*. Konten yang disajikan bersifat edukatif, informatif, persuasive tentang seputar pernikahan yang dapat diterima oleh *audiens*. Hal ini menyatakan bahwa *Megrashy Wedding Planner* berhasil menggunakan media sosial TikTok dalam meningkatkan Brand Awareness.

**Kata Kunci : Aktivitas Komunikasi, Media Sosial, *Brand Awareness*, *Wedding Organizer*, Analisi Isi Kualitatif**