

## ABSTRAK

Anoon *Event Organizer* merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa yang mengatur atau mengorganize acara pernikahan. Teknologi berkembang begitu pesat pada era globalisasi saat ini, sehingga menimbulkan dampak bagi seluruh manusia. Pada era globalisasi dan digitalisasi saat ini, manusia sudah sangat bergantung pada teknologi, salah satunya yaitu media sosial. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh Anoon *Event Organizer* yaitu kurang aktifnya pemasaran digital dalam pengunggahan konten pemasaran media sosial TikTok dikarenakan tidak adanya admin khusus yang mengelola dan adanya persaingan dengan kompetitor di daerah Banjarnegara. Hal ini yang mendasari penelitian dilakukan, dengan harapan dapat mengetahui sejauh mana pengembangan konten pemasaran pada akun media sosial TikTok @anoon.eo yang diterapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan konten media sosial TikTok @anoon.eo pada Anoon *Event Organizer*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang menceritakan dan menyampaikan situasi dan kondisi yang natural (alamiah), data yang dibutuhkan yaitu data yang bersifat primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi yang mencakup wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil pengembangan konten pemasaran melalui TikTok menunjukkan bahwa pada tahap perencanaan penulis turun langsung ke lapangan dalam pengambilan konten dan membuat konten sesuai dengan ide konten yang sudah ditentukan. Pada tahap penerapan penulis memposting konten pemasaran pada akun @anoon.eo sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Pada tahap evaluasi penulis mengevaluasi konten yang sudah diposting pada akun TikTok @anoon.eo mengenai jumlah *followers*, *likes*, komen, dan *viewers*.

**Kata Kunci :** Media Sosial, Konten Pemasaran, TikTok