

## ABSTRAK

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup besar untuk semua bidang, termasuk bidang perekonomian. Pada masa pandemi ini teknologi sangat berkembang pesat, penggunaan sosial media juga semakin meningkat, salah satunya adalah Tiktok. Tiktok mampu membuat para pengusaha lebih mudah memperkenalkan atau menginformasikan produknya kepada para penggunanya, sehingga mampu membantu meningkatkan *brand awareness* produk tersebut.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis rancangan konten *marketing* dalam meningkatkan *brand awareness* melalui media Tiktok. Jenis Penelitian adalah Penelitian kualitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Pendekatan yang digunakan dalam Penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah data primer dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan media sosial seperti Tiktok, sangat diperlukan untuk memperkenalkan suatu produk ke masyarakat luas. Dengan menggunakan akun Tiktok Bisnis mempermudah Kampoeng Radjoet Binong dalam meningkatkan *brand awareness* melalui konten yang *dishare*. Untuk menjaga algoritma akunnya tetap baik, Kampoeng Radjoet Binong juga bisa rutin melakukan *live* sebagai media untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

Adapun hambatan dalam membuat rancangan konten *marketing* pada Tiktok adalah algoritma Tiktok yang tidak menentu. Solusi dari hambatan adalah para pelaku usaha harus membentuk tim *marketing* untuk mengelola akun Tiktok mereka agar lebih giat lagi mempromosikan produk mereka dan lebih sering mencari referensi video yang menarik, memperhatikan *insight* sehingga konten yang dibuat bisa lebih maksimal.

Kata kunci : Konten *Marketing*, Tiktok @kampoengradjoet.id, Kesadaran Merek