

ABSTRAK

Perkembangan internet di Indonesia sangat cepat sehingga saat ini internet telah menjadi fasilitator utama dari segala aspek karena munculnya berbagai fasilitas atau layanan yang mempermudah segala aktivitas. Salah satu kegiatan yang dapat dimanfaatkan dari sosial media adalah kegiatan memasarkan produk bagi sebuah perusahaan, memasarkan pariwisata, ataupun memasarkan jasa. Dalam penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *electronic word of mouth* pada Sudut Pandang Bandung yang beredar di TikTok terhadap *brand awareness* yang ada pada pikiran kalangan masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan metode *survey* yang melakukan penyebaran kuesioner

Kata Kunci: *Brand Awareness, Electronic Word of Mouth, Media Sosial.*