

ABSTRAK

KRB.ID sebuah usaha pakaian rajut yang berlokasi di kawasan industri rajut Binong Jati, Indonesia. KRB.ID didirikan pada awal pandemi COVID-19 dan mengalami pertumbuhan yang signifikan selama periode yang penuh tantangan ini. Memanfaatkan popularitas TikTok yang semakin meningkat selama pandemi, KRB.ID menggunakan konten video untuk meningkatkan brand awareness di kalangan pengguna TikTok. Banyak dari video mereka mendapatkan visibilitas di "For You Page" (FYP) TikTok, yang mengarah pada peningkatan pengakuan dan pengikut TikTok yang terus bertambah. Memahami pentingnya engagement di platform media sosial, KRB.ID aktif berinteraksi dengan pelanggannya dengan menanggapi komentar melalui video reply dan berbagai sarana lainnya. Salah satu video penting menampilkan empat wanita mengenakan produk rok KRB.ID, menampilkan keserbagunaan mereka dalam berbagai ukuran tubuh (mulai dari 47kg hingga 80kg), memposisikan merek sebagai inklusif dan ramah ukuran besar. Video tersebut mengumpulkan 3.600.000 penayangan, 61.300 suka, dan menerima 729 komentar dari pengguna TikTok. Saat ini akun TikTok KRB.ID memiliki 58.800 pengikut. Namun, pada pertengahan tahun 2022, terjadi penurunan engagement pada akun TikTok KRB.ID, mendorong peneliti untuk menginvestigasi fenomena ini menggunakan teori karakteristik merek, hubungan merek pelanggan, dan keterlibatan konsumen.