

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh fenomena meningkatnya pemanfaatan media sosial, khususnya TikTok, oleh pelaku UMKM sebagai sarana promosi digital. TikTok sebagai platform berbasis konten kreatif dan interaktif memiliki potensi besar dalam membangun *brand awareness* melalui strategi komunikasi yang tepat sasaran.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh akun TikTok @cimolbojot.aa dalam mengelola kontennya, serta bagaimana konten tersebut berkontribusi dalam membentuk *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Data diperoleh melalui observasi konten, wawancara dengan pengelola akun, serta dokumentasi aktivitas media sosial yang berkaitan dengan strategi komunikasi yang dijalankan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pada akun TikTok @cimolbojot.aa memanfaatkan elemen kreatif berupa penggunaan tren musik, storytelling, interaksi dengan audiens, serta konsistensi unggahan untuk memperkuat *brand awareness*. Berdasarkan teori strategi komunikasi, langkah-langkah yang dilakukan akun ini mampu menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan produk secara efektif, dan meningkatkan daya ingat merek di kalangan pengguna TikTok. Sementara itu, dalam kerangka teori *brand awareness*, konten yang konsisten dan relevan terbukti mendukung peningkatan pengenalan dan keterikatan audiens terhadap merek Cimol Bojot AA.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, TikTok, Brand Awareness, UMKM, Konten Digital

ABSTRACT

This research is based on the phenomenon of increasing use of social media, especially TikTok, by small and medium enterprises (UMKM) as a digital promotion tool. TikTok, as a platform based on creative and interactive content, has great potential in building brand awareness through the implementation of effective communication strategies.

The purpose of this study is to identify the communication strategies applied by the TikTok account @cimolbojot.aa in managing its content and to analyze how this content contributes to the development of brand awareness. This study employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through content observation, interviews with the account manager, and documentation of social media activities related to the communication strategies used.

The results of this research indicate that the communication strategies of the TikTok account @cimolbojot.aa utilize creative elements such as the use of trending music, storytelling, audience interaction, and consistent posting to strengthen brand awareness. Based on communication strategy theory, these approaches are effective in capturing audience attention, delivering product messages, and enhancing brand recall among TikTok users. Within the framework of brand awareness theory, consistent and relevant content supports the improvement of brand recognition and audience engagement with the Cimol Bojot AA brand.

Keywords: *Communication Strategy, TikTok, Brand Awareness, UMKM, Digital Content*