

ABSTRAK

Dengan berkembangnya teknologi, penggunaan media sosial semakin meningkat dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh media sosial semakin menarik, seperti berbagi foto dan berbagi video, digunakan oleh berbagai bisnis untuk meningkatkan dan memperluas penjualan mereka. Mereka memanfaatkan peluang untuk membuat bisnis mereka tersebar luas dan meningkatkan kesadaran merek mereka pada pelanggan mereka.

Penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness pada platform media sosial yang sedang trending, TikTok dan menggunakan aplikasi Gojek sebagai obyek penelitian.

Penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner secara online pada 100 responden yaitu mahasiswa Universitas Telkom yang telah mengikuti akun Gojek pada aplikasi TikTok, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan sistematis random sampling. Untuk menguji penelitian tersebut, peneliti menggunakan regresi linier sederhana, dengan menggunakan software SPSS.

Hasil penelitian membuktikan bahwa social media marketing TikTok memiliki dampak dan pengaruh positif yang signifikan dalam meningkatkan brand awareness konsumen Gojek. Dalam meningkatkan brand awareness konsumen Gojek, peneliti menyarankan agar akun Gojek dapat meningkatkan engagement mereka melalui TikTok dengan membuat konten yang menghibur, segar, dan unik yang berhubungan dengan pelanggan mereka.

Saran untuk admin TikTok Gojek untuk meningkatkan engagement di TikTok perlu konten yang menghibur, perlu membuat konten yang segar dan unik yang berhubungan dengan pelanggannya. Selain itu, Gojek perlu membenahi sistemnya karena banyak keluhan konsumen pada komentar TikTok terkait salah alamat, salah pesan dan relay yang disebabkan oleh sistem yang diperbaiki.

Kata Kunci: Social Media, Social Media Marketing, Brand Awareness, TikTok Application, Gojek Application