

ABSTRAK

Agist Ikhfia Gina, 10821038. KOMUNIKASI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @ikankoimurah_ DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, 7C Framework, Brand Awareness, Tiktok @ikankoimurah_

(xii+121+lampiran)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan akun TikTok @ikankoimurah dalam membangun brand awareness. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan landasan teori 7C Framework (*context, content, community, customization, communication, connection, commerce*) sebagai acuan analisis. Paradigma penelitian yang digunakan adalah konstruktivisme, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dengan pemilik sekaligus pengelola akun TikTok @ikankoimurah, serta dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok sebagai media promosi dilakukan melalui pengelolaan konten kreatif berupa video seputar ikan koi, edukasi perawatan, hingga penawaran produk yang dikemas menarik sesuai konteks audiens. Strategi komunikasi pemasaran juga memanfaatkan keterlibatan komunitas, penggunaan interaksi dua arah, serta koneksi yang dibangun melalui komentar, *live streaming*, dan respon cepat terhadap audiens. Selain itu, fitur TikTok seperti *caption, hashtag, musik populer*, hingga kolaborasi dengan pengguna lain digunakan untuk memperkuat *engagement*. Penerapan prinsip 7C terbukti berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), membangun kedekatan emosional, serta memperluas jangkauan promosi produk. Dengan demikian, strategi komunikasi pemasaran akun TikTok @ikankoimurah dapat dikatakan efektif dalam membangun brand awareness melalui pendekatan digital yang interaktif.

Daftar pustaka (2015 – 2025)