

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang cepat memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan aktivitas bisnis, khususnya pada bagian *marketing*. Perkembangan teknologi ini menyebabkan kecenderungan dari pelaku usaha untuk menggunakan pemasaran melalui konten digital guna meraih audiens yang lebih luas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konten hiburan terhadap *brand awareness* dari salah satu UMKM di Indonesia, yaitu Tenue de Attire. Konten yang mereka sajikan di akun TikTok mereka diberi tema bernama “sorry bukan tipe gw”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan follower akun TikTok Tenue de Attire dan yang pernah melihat konten “sorry bukan tipe gw”. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Analisis data penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 21 yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, serta regresi sederhana. Skala Likert digunakan sebagai alat ukur terhadap 22 butir pernyataan yang mencakup variabel konten hiburan dan *brand awareness*.

Hasil dari analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara konten hiburan terhadap *brand awareness* adalah positif dan signifikan. Hal ini berdasarkan hasil uji regresi sederhana yang menunjukkan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,668 dan memiliki konstanta 13,781, yang mengindikasikan bahwa hubungan antara dua variabel positif. Pada hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ) dan nilai t hitung sebesar 10,200 (1,984), sehingga hipotesis alternatif diterima ( $H_1$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,515 menunjukkan bahwa *brand awareness* dapat dijelaskan oleh konten hiburan sebesar 51,5%. Temuan ini menunjukkan bahwa konten hiburan dapat membantu sebuah *brand* untuk meningkatkan kesadaran merek terhadap konsumen secara efektif.

Kata Kunci: Konten hiburan, *brand awareness*, TikTok, Tenue de Attire, pemasaran digital