

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas akun TikTok gkpkroya sebagai media promosi dalam meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) menggunakan Key Performance Indicators (KPIs), yaitu view, like, comment, dan engagement rate. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linear berganda dan perhitungan rata-rata efektivitas. Data dikumpulkan melalui analisis performa konten, penyebaran kuesioner, serta wawancara dengan pengelola akun TikTok gkpkroya. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (X1 = view, X2 = like, X3 = comment, X4 = engagement rate) memiliki hubungan positif terhadap brand awareness (Y). Koefisien regresi masing-masing variabel adalah 0,105 untuk view, 0,134 untuk like, 0,267 untuk comment, dan 0,105 untuk engagement rate. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel comment (X3) dan engagement rate (X4) memiliki pengaruh paling signifikan dengan nilai signifikansi 0,000, sementara view (X1) dan like (X2) juga berkontribusi secara signifikan dengan nilai signifikansi masing-masing 0,021 dan 0,013. Uji F menunjukkan bahwa secara simultan, keempat variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap brand awareness dengan nilai signifikansi 0,000 dan Fhitung 353,244 > Ftabel 2,0138. Namun, berdasarkan perhitungan rata-rata efektivitas yang diperoleh, yaitu sebesar 2,468, dapat disimpulkan bahwa strategi promosi yang diterapkan masih belum optimal dalam meningkatkan performa akun TikTok gkpkroya. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih interaktif, khususnya dalam meningkatkan komentar dan engagement rate sebagai faktor yang memiliki dampak terbesar terhadap brand awareness. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengelola akun TikTok dalam mengoptimalkan strategi promosi digital serta bagi pelaku bisnis lainnya dalam memaksimalkan potensi media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif.

Kata kunci: TikTok, promosi, Key Performance Indicators (KPIs), jangkauan, tingkat keterlibatan.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effectiveness of the TikTok account @gpkroya as a promotional medium in increasing brand awareness using Key Performance Indicators (KPIs), namely of views, likes, comments, and engagement rate. The research method used is quantitative, employing multiple linear regression analysis and calculating the average effectiveness. Data was collected through content performance analysis, questionnaire distribution, and interviews with the administrators of the @gpkroya TikTok account. The regression test results indicate that all independent variables ( $X1$  = views,  $X2$  = likes,  $X3$  = comments,  $X4$  = engagement rate) have a positive relationship with brand awareness ( $Y$ ). The regression coefficients for each variable are 0.105 for views, 0.134 for likes, 0.267 for comments, and 0.105 for engagement rate. The t-test results show that the comment variable ( $X3$ ) and engagement rate ( $X4$ ) have the most significant influence, with a significance value of 0.000, while views ( $X1$ ) and likes ( $X2$ ) also contribute significantly, with significance values of 0.021 and 0.013, respectively. The F-test results indicate that all four independent variables simultaneously have a significant effect on brand awareness, with a significance value of 0.000 and an F-statistic of 353.244, which is greater than the F-table value of 2.0138. However, based on the average effectiveness calculation, which resulted in a score of 2.468, it can be concluded that the promotional strategy implemented is not yet optimal in improving the performance of the @gpkroya TikTok account. Therefore, a more interactive strategy is needed, particularly in increasing comments and engagement rate, as these factors have the greatest impact on brand awareness. The findings of this study are expected to serve as a reference for TikTok account managers in optimizing their digital promotion strategies and for other business actors in maximizing the potential of social media as an effective marketing tool.*

*Keywords: TikTok, promotion, Key Performance Indicators (KPIs), reach, engagement rate.*