

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya pengguna media sosial, strategi pemasaran digital terus berkembang untuk menjangkau target pasar secara lebih efektif. Hal ini dilakukan guna meningkatkan *brand awareness* melalui media sosial, yakni TikTok, untuk menarik perhatian konsumen. Salah satunya ialah Zaafer Indonesia yang mengusung konsep *storytelling* dengan gaya hidup *fancy*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi *audiens* terhadap konten TikTok Zaafer Indonesia melalui pendekatan teori persepsi konstruktif Richard Gregory. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman, pengetahuan, dan harapan *audiens* berperan penting dalam membentuk pemaknaan terhadap konten. Visual yang kuat, model yang menarik, serta musik khas membangkitkan asosiasi dengan gaya hidup mewah sehingga *audiens* mengaitkan pesan dengan pengalaman pribadi dan ekspektasi sosial mereka. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi berbasis visual dan *storytelling* konsisten efektif dalam membangun *brand awareness* melalui proses konstruksi makna yang dilakukan audiens.

Kata kunci: *Brand Awareness*, Persepsi Konstruktif, *storytelling*, Zaafer Indonesia.



ABSTRACT

As social media users grow, digital marketing strategies continue to evolve to reach target markets more effectively. This is done to increase brand awareness through social media platforms, particularly TikTok, and attract consumer attention. One example is Zaafer Indonesia. This study aims to determine audience perceptions of Zaafer Indonesia's TikTok content using the Constructive Perception theory by Richard Gregory. The results indicate that audience perception is shaped by their prior knowledge, experiences, and expectations, supported by strong visual content, attractive models, and distinctive music that evoke associative meanings. The study concludes that a consistent visual and storytelling-based communication strategy is highly effective in building brand awareness through the constructive process of meaning-making by the audience.

Keywords: Constructive Perception, Brand Awareness, storytelling, Zaafer Indonesia.

