

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Makna Konten TikTok @WORN DENIM COLLECTION dalam Membangun *Brand Awareness* WORN DENIM”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana makna dikonstruksikan melalui konten visual dan interaksi pada akun TikTok @WORN DENIM COLLECTION, bagaimana proses interaksi antara kreator dan konsumen membentuk pemahaman mengenai identitas merek, serta bagaimana proses pemaknaan tersebut berkontribusi dalam membangun brand awareness WORN DENIM. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan desain studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap tujuh informan yang terdiri atas satu informan kunci, lima informan inti, dan satu informan akademisi. Analisis penelitian menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer dengan melihat proses pemaknaan, interaksi, dan interpretasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten @WORN DENIM COLLECTION tidak hanya dimaknai sebagai media promosi produk, tetapi juga sebagai simbol yang merepresentasikan karakter autentik, maskulin, eksklusif, dan identitas fesyen lokal melalui estetika *raw*, *vintage industrial*, *low-key lighting*, serta takarir puitis. Konsumen secara aktif mengolah dan menafsirkan pesan tersebut berdasarkan pengalaman, selera, dan konsep dirinya hingga memengaruhi tindakan seperti memberikan interaksi, membagikan konten, mengikuti TikTok *Live*, dan melakukan keputusan pembelian. Interaksi antara konsumen, *brand*, dan lingkungan sosial turut memperkuat emotional bonding serta rasa memiliki terhadap *brand*. Proses tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya *brand awareness*, khususnya dalam kemampuan konsumen mengenali ciri khas visual WORN DENIM (*brand recognition*) dan mengingat merek tersebut (*brand recall*).

Kata Kunci: Makna, TikTok, Interaksionisme Simbolik, *Brand Awareness*, WORN DENIM.

ABSTRACT

This research is entitled “The Meaning of @WORN DENIM COLLECTION TikTok Content in Building WORN DENIM Brand Awareness”. This study aims to examine how meaning is constructed through visual content and interactions on the @WORN DENIM COLLECTION TikTok account, how interactions between the creator and consumers shape a shared understanding of brand identity, and how the meaning-making process contributes to building WORN DENIM brand awareness. This research employs a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm and a case study design. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation involving seven informants consisting of one key informant, five core informants, and one academic informant. The analysis applies Herbert Blumer’s Symbolic Interactionism Theory by examining the processes of meaning, interaction, and interpretation.. The findings indicate that @WORN DENIM COLLECTION content is not merely perceived as a promotional medium, but also as a symbol representing an authentic, masculine, exclusive character and local fashion identity through raw aesthetics, vintage industrial settings, low-key lighting, and poetic captions. Consumers actively process and interpret these messages based on their experiences, preferences, and self-concepts, which subsequently influence actions such as engaging with, sharing content, participating in TikTok Live sessions, and making purchasing decisions. Interactions among consumers, the brand, and their social environment further strengthen emotional bonding and a sense of belonging toward the brand. This meaning-making process contributes to the development of brand awareness, particularly consumers’ ability to recognize WORN DENIM’s distinctive visual characteristics (brand recognition) and remember the brand (brand recall).

Keywords: *Meaning, TikTok, Symbolic Interactionism, Brand Awareness, WORN DENIM.*

RINGKESAN

Ieu panalungtikan miboga judul “Makna Konten TikTok @WORNDENIMCOLLECTION dina Ngawangun *Brand Awareness* WORNDENIM”. Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho kumaha makna diwangun ngaliwatan kontén visual jeung interaksi dina akun TikTok @WORNDENIMCOLLECTION, kumaha prosés interaksi antara kreator jeung konsumen dina ngawangun pamahaman ngeunaan idéntitas merek, sarta kumaha prosés pemaknaan éta méré kontribusi dina ngawangun *brand awareness* WORNDENIM. Ieu panalungtikan ngagunakeun métode déskriptif kualitatif kalayan paradigma konstruktivisme jeung desain studi kasus. Data dimeunangkeun ngaliwatan observasi, wawancara sacara jero, jeung dokuméntasi ka tujuh informan anu ngawengku hiji informan konci, lima informan inti, jeung hiji informan akademisi. Analisis panalungtikan ngagunakeun Téori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer ku ningali prosés pemaknaan, interaksi, jeung interpretasi. Hasil panalungtikan nuduhkeun yén kontén @WORNDENIMCOLLECTION henteu ngan saukur dianggap minangka média promosi produk, tapi ogé minangka simbol anu ngagambarkeun karakter anu autentik, maskulin, éksklusif, jeung idéntitas fesyen lokal ngaliwatan éstétika *raw*, *vintage industrial*, *low-key lighting*, sarta takarir anu puitis. Konsumen sacara aktif ngolah jeung napsirkeun éta pesen dumasar kana pangalaman, karesep, jeung konsép dirina, anu saterusna mangaruhan kana tindakan saperti méré interaksi, ngabagikeun kontén, milu dina TikTok *Live*, jeung nyieun kaputusan pikeun mésér produk. Interaksi antara konsumen, merek, jeung lingkungan sosial ogé nguatkeun emotional bonding sarta rasa miboga kana merek. Prosés éta tuluy méré kontribusi kana ngawangun *brand awareness*, hususna dina kamampuhan konsumen pikeun mikawanoh ciri visual has WORNDENIM (*brand recognition*) jeung nginget deui merek éta (*brand recall*).

Kecap Konci: Makna, TikTok, Interaksionisme Simbolik, *Brand Awareness*, WORNDENIM.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta kemudahan yang telah diberikan, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“MAKNA KONTEN TIKTOK @WORNDENIMCOLLECTION DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS WORNDENIM”** dengan sebaik-baiknya. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan.

Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui dan memahami bagaimana makna yang terdapat dalam konten TikTok @WORNDENIMCOLLECTION serta bagaimana proses interaksi dan interpretasi antara brand dengan konsumen dapat membentuk pemahaman terhadap identitas WORNDENIM dalam membangun *brand awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Teori Interaksionisme Simbolik Herbert Blumer sebagai landasan dalam memahami proses pemaknaan melalui konsep *Meaning*, Interaksi, Interpretasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana konten media sosial, khususnya TikTok, tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi dan promosi, tetapi juga menjadi ruang interaksi yang memungkinkan terbentuknya makna dan hubungan antara brand dengan konsumennya.