



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STRATEGI STORYTELLING “*WHISPER OF RICE*” DALAM
MENGUATKAN *BRAND AWARENESS* PADA THE BODY TALE**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi



Nama : Muhammad Rizky Abdillah

NIM : 2210411028

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhammad Rizky Abdillah

NIM : 2210411028

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 23 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rizky Abdillah

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Abdillah
NIM : 2210411028
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI STORYTELLING "*WHISPER OF RICE*"
DALAM MENGUATKAN BRAND AWARENESS PADA THE BODY TALE

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 23 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rizky Abdillah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Abdillah

NIM : 2210411028

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**STRATEGI STORYTELLING “WHISPER OF RICE” DALAM
MENGUATKAN BRAND AWARENESS PADA THE BODY TALE**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 23 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rizky Abdillah

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Muhammad Rizky Abdillah
NIM : 2210411028
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Storytelling "*Whisper of Rice*" Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Pada The Body Tale

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Ratu Nadya Wahyuningratna, S.I.Kom., M.M

Penguji 1



Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom

Penguji 2



Puri Bestari Mardani, S.Hum. M.Si

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 11 May 2026

STRATEGI STORYTELLING “*WHISPER OF RICE*” DALAM MENGUATKAN *BRAND AWARENESS* PADA *THE BODY TALE*

MUHAMMAD RIZKY ABDILLAH

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi *storytelling* dalam *campaign Whisper of Rice: Mengubah Wangi Nasi Menjadi Cerita Nostalgia* yang dilakukan oleh brand lokal The Body Tale dalam menguatkan *brand awareness*. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada berkembangnya industri parfum lokal di Indonesia yang menuntut adanya strategi komunikasi kreatif dan berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana *storytelling* yang berbasis pengalaman emosional dapat membangun kedekatan antara brand dan konsumen. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap tim internal brand serta Key Opinion Leader (KOL) yang terlibat dalam *campaign*. Analisis dilakukan menggunakan teori *Narrative Transportation* dari Green dan Brock, yang meliputi keterlibatan emosional, imajinasi mental, berkurangnya resistensi terhadap pesan, keterhubungan dengan karakter, dan persepsi realitas cerita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *storytelling* yang mengangkat tema nostalgia dan “rasa pulang” mampu menciptakan keterlibatan emosional audiens serta memperkuat persepsi keunikan merek. Selain itu, kolaborasi dengan KOL dan konsistensi visual serta narasi menjadi faktor penting dalam menyampaikan pesan secara efektif. Secara keseluruhan, *campaign* ini menunjukkan bahwa *storytelling* tidak hanya berfungsi sebagai strategi komunikasi, tetapi juga sebagai pendekatan psikologis yang mampu menguatkan *brand awareness* melalui pengalaman emosional yang relevan dengan kehidupan audiens.

Kata kunci: *Brand Awareness, KOL, Komunikasi Pemasaran, Narrative Transportation, Storytelling, The Body Tale.*

“WHISPER OF RICE” STORYTELLING STRATEGY IN INCREASING BRAND AWARENESS IN THE BODY TALE

MUHAMMAD RIZKY ABDILLAH

ABSTRACT

This study examines the storytelling strategy in the Whisper of Rice: Turning the Scent of Rice into a Nostalgic Story campaign conducted by the local brand The Body Tale in enhancing brand awareness. The background of this research is rooted in the rapid growth of the local perfume industry in Indonesia, which demands creative and distinctive communication strategies. This study aims to understand how storytelling based on emotional experiences can build closeness between the brand and its consumers. The method employed is a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation involving the brand’s internal team as well as the Key Opinion Leaders (KOLs) participating in the campaign. The analysis is grounded in the Narrative Transportation theory proposed by Green and Brock, which includes emotional engagement, mental imagery, reduced counterarguing, connections with characters, and perceived realism. The findings indicate that storytelling centered on themes of nostalgia and a sense of “home” is capable of creating emotional engagement among audiences while strengthening the brand’s perceived uniqueness. Furthermore, collaboration with KOLs, along with consistency in visual elements and narrative, plays a crucial role in delivering the message effectively. Overall, this campaign demonstrates that storytelling functions not only as a communication strategy but also as a psychological approach that can enhance brand awareness through emotionally resonant experiences relevant to the audience’s everyday lives.

Keywords: Brand Awareness, KOL, Komunikasi Pemasaran, Narrative Transportation, Storytelling, The Body Tale.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT. sehingga atas berkat dan karunianya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi. Skripsi ini berjudul “Strategi storytelling “whisper of rice” dalam menguatkan brand awareness pada The Body Tale” disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dukungan tersebut berupa arahan, motivasi, serta doa yang sangat berarti sejak tahap penelitian hingga penyusunan laporan akhir. Berkat kontribusi, kerja sama, serta kesediaan berbagai pihak dalam memberikan waktu, tenaga, dan pemikiran, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan dukungan dalam proses akademik di lingkungan fakultas.
2. Mba Uljanatunnisa, S.Sos., M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan arahan serta dukungan kepada mahasiswa dalam menjalankan proses perkuliahan.
3. Kak Ratu Nadya Wahyuningratna, S.I.Kom, MM. selaku dosen pembimbing peneliti yang membantu dari segala proses penulisan skripsi dan persiapannya.
4. Kedua orang tua dan adik-adik penulis, yang selalu memberikan semangat dan doa dalam keberhasilan dan kelancaran penulis dalam menulis skripsi.
5. Syagira Harvie Seftivanaya dan Fiorel Neyva Mediaty Putri yang senantiasa memberikan support dan mendengarkan keluhan dan candaan dari penulis.

6. Michelle Amafbelle Bintoro dan Mega Ardini Ellyana yang selalu memberikan energi positif untuk penulis sehingga semangat dalam menyelesaikan proses penulisan skripsi.
7. Akmal Fauzan Wibisono, Auliya Purwita Sari, Elysa Dian Safira, Ghina Fadiah Rahma, Khayla Syakirah Hidayat, Miratul Hayati, Nashya Frida Naufalista, Novita Meliayana, Putri Chaerunnisa, Reyshilla Moza Azzahra, Rizky Haykal Ahmad Darmawan, Syifa Alvina Roza, Shanattadinda Farsha, dan Tiara Fitrianti Siregar selaku sahabat seperjuangan penulis sedari PKKMB UPNVJ 2022, yang selalu support penulis dalam proses penulisan skripsi.
8. Nabilah Hartati dan Nasywa Astrid Indriani yang telah mendukung dan menghibur dalam memberikan *support* kepada penulis.
9. Azzahra Zetira Ali, Sheila Deliana, dan Miratul Hayati yang senantiasa memberikan saran dan semangat kepada penulis agar selalu *on track* dalam penulisan skripsi.
10. Rahma Amalia, Desma Noor Putri, Srivany Guina, Mutiara Shenia, Chantika Putri Nurlita selaku sahabat penulis dari SMA yang selalu support dan berikan motivasi penulis dalam penyusunan skripsi.
11. Seluruh “anak bimbingan Kak Ratu” yang menjadi teman seperjuangan dalam proses penyusunan Tugas Akhir Skripsi. Teman yang membuat proses penyusunan skripsi terasa lebih mudah, tawa dan canda turut mewarnai proses bimbingan selama kurang lebih 6 bulan.
12. WT Entertainment, yang selalu support penulis dan mendengarkan keluhan penulis dalam proses penyusunan skripsi.
13. Seluruh pihak atau tim internal The Body Tale yang senantiasa membantu proses penulisan skripsi penulis dalam menjadi narasumber penelitian ini.
14. Kedua KOL, Abigail Raissa dan Favian karena telah menjadi informan dalam penelitian ini, sehingga data yang dibutuhkan dapat terpenuhi.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Batasan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Akademis (Teoritis).....	14
1.5.2 Manfaat Praktis.....	14
1.6 Sistematika Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Konsep Penelitian	25
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	25
2.2.2 Storytelling	30
2.2.3 Brand Awareness.....	34
2.2.4 Key Opinion Leader	36
2.3 Teori Penelitian	38
2.3.1 Teori Narrative Transportation	38
2.4 Kerangka Berpikir	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Objek Penelitian	42
3.2 Jenis Penelitian	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.1 Observasi	47
3.3.2 Wawancara	48
3.3.3 Dokumentasi.....	51
3.4 Sumber Data	52
3.5 Teknik Analisis Data	53
3.5.1 Teknik Analisis Data	53
3.5.2 Teknik Keabsahan Data.....	54
3.6 Jadwal Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	57
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 Komunikasi Pemasaran pada peluncuran <i>Whisper of Rice</i>	60
4.2.2 Implementasi Storytelling <i>Whisper of Rice</i>	67
4.2.3 <i>Brand Awareness</i> dalam peluncuran parfum <i>Whisper of Rice</i>	80
4.3 Pembahasan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Akademis.....	97
5.2.2 Saran Praktis.....	98
DAFTAR PUSTAKA	113
LAMPIRAN	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Artwork Sebagai Brand Identity The Body Tale	4
Gambar 1. 2 Notes dari Whisper of Rice Extrait de Parfum	6
Gambar 1. 3 Tingkat Pertumbuhan Pasar Parfum Di Indonesia.....	8
Gambar 2. 1 Visual Produk Whisper of Rice	30
Gambar 2. 2 Piramida Brand Awareness.....	35
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	40
Gambar 3. 1 Poster Campaign.....	42
Gambar 3. 2 Video Campaign	44
Gambar 3. 3 Offline Launching Event Whisper of Rice	45
Gambar 4. 1 Penjelasan Product Knowledge Whisper of Rice Extrait De Parfum	57
Gambar 4. 2 Gambar Dekorasi Offline Event Produk Whisper of Rice.....	62
Gambar 4. 3 Whisper of Rice di Akun TikTok Review	65
Gambar 4. 4 Isi PR Package Whisper of Rice	68
Gambar 4. 5 KOL Menyorot Detail Produk Whisper of Rice	71
Gambar 4. 6 Ulasan Konsumen Mengenai Produk Whisper of Rice	74
Gambar 4. 7 Kumpulan KOL dan Tim Internal The Body Tale	75
Gambar 4. 8 Review Whisper of Rice di TikTok.....	80
Gambar 4. 9 Penejelasan Materi Mengenai Produk Whisper of Rice	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Data Informan.....	49
Tabel 3. 2 Tabel Rencana Waktu	56