

ABSTRAK

Media sosial menjadi salah satu media online yang digunakan para pebisnis khususnya di industri makanan dan minuman untuk melakukan pendekatan dengan konsumen dan audiens nya dengan melakukan pengelolaan konten, hal tersebut dilakukan oleh salah satu brand resto Gaise. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan konten di media sosial TikTok @Gaise.jkt melalui konsep storytelling. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori logika desain pesan untuk menjelaskan cara Gaise dalam membangun ciri khas melalui konten dengan konsep *storytelling*. Metode penelitian yang digunakan melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengelolaan konten pada TikTok @gaise.jkt mereka membangun ciri khas konten melalui konsep storytelling dan memiliki pola storytelling dalam membangun pemahaman konsumen dan audiens nya dengan menceritakan pengalaman yang dimiliki resto Gaise serta pengalaman yang dimiliki konsumen

Kata kunci: Bisnis Makanan dan Minuman, Media Sosial, Pengelolaan Konten, Storytelling, TikTok