

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis di Indonesia kembali meningkat pada Q3 tahun 2022 setelah diserang oleh pandemi covid 19, perkembangan informasi dan komunikasi memnjadi faktor *major* dalam membantu perkembangan ekonomi di Indonesia. Salah satu cara bagi pemilik bisnis dalam mengembangkan bisnisnya adalah dengan membangun asosiasi merek. Selanjutnya asosiasi merek dapat terbentuk setelah interpretasi ataupun pemaknaan dari pesan yang diberikan oleh merek dapat dimaknai secara baik oleh konsumen, termasuk pada sebuah produk kolaborasi yang membutuhkan pemaknaan kolektiv dalam membangun asosiasi merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Interpretasi Makna Penggunaan Dua Tokoh Kartun terhadap Asosiasi Merek Aerostreet. Data dikumpulkan dari 384 responden menggunakan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Interpretasi Makna mendapatkan nilai 86,1% dan Asosiasi Merek sebesar 86,53%. Uji koefisien korelasi Pearson Product Moment mengungkapkan adanya korelasi kuat antara Interpretasi Makna dan Asosiasi Merek dengan nilai koefisien sebesar 0,726. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Interpretasi Makna berpengaruh sebesar 52,8% terhadap Asosiasi Merek.

**Kata Kunci:** Interpretasi Makna, Asosiasi Merek, Tokoh Kartun, Branding, Aerostreet