

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi *branding* DCT Agency melalui Konten Produk Lokal di *Tiktok*. Penelitian ini menggunakan teori strategi *brand* dengan konsep *corporate branding* dari (Gray & Balmer 1998). Serta menggunakan unit analisis dari konsep tersebut yaitu *corporate identity*, *corporate communication*, *corporate image & reputation*, dan *competitive advantage*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan para informan, serta melakukan observasi non-partisipan pada sosial media *Tiktok* dan *corporate website*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa DCT Agency telah mengadopsi strategi *branding* yang efektif untuk membangun citra melalui konten produk lokal di *Tiktok*. Upaya yang dilakukan DCT Agency dalam melakukan strategi *branding* melalui konten produk lokal di *Tiktok* telah berhasil dijalankan.

**Kata kunci:** *branding*, DCT Agency, konten produk lokal, *Tiktok*