

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Alchemist Fragrance membangun koneksi emosional dengan audiens melalui storytelling dan kreativitas visual dalam film yang berjudul Home Garden. Dalam era pemasaran saat ini, pendekatan naratif dan estetika visual menjadi strategi penting dalam menyampaikan nilai dan identitas merek. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Ferdinand de Saussure untuk mengungkap *signifier* dan *signified* dari elemen-elemen naratif dan visual yang ditampilkan dalam film.

Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun film Home Garden tidak menampilkan produk parfum secara eksplisit, melainkan menyelipkannya dalam alur cerita yang personal tentang perubahan diri, keberanian untuk keluar dari zona nyaman, serta pencarian makna akan rumah atau tempat pulang. Kreativitas visual dihadirkan melalui simbolisasi warna, bahasa tubuh, penggunaan *setting* latar, dan detail sinematik lainnya yang memperkuat koneksi emosional audiens terhadap alur cerita. Pendekatan ini membentuk kedekatan emosional antara karakter dengan audiens, serta meninggalkan impresi yang mendalam terhadap nilai dan pesan yang ingin disampaikan brand, meski tanpa menampilkan produk secara langsung.

**Kata kunci:** storytelling, kreativitas visual, koneksi emosional, semiotika, home garden, alchemist fragrance