

Pembentukan makna pada instagram @anggur_ot (Analisis semiotik roland barthes) = Formation of meaning on instagram @anggur_ot (Roland barthes semiotic analysis).

Ainy Sucianti Marundha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20513324&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas pembentukan makna dalam unggahan media sosial Instagram minuman beralkohol lokal bernama Anggur Orang Tua, @Anggur_ot. Dari semua unggahan di akun tersebut, dipilih tiga belas gambar dan caption yang diunggah dalam periode Januari–Desember 2020 berdasarkan jumlah likes dan comment terbanyak. Kemudian, dilakukan analisis untuk mengetahui bagaimana pembentukan makna pada unggahan yang memiliki jumlah interaksi terbanyak dalam periode tersebut. Hasil penelitian ini menemukan bahwa sistem tanda digunakan untuk membentuk makna pada objek-objek yang ditayangkan pada unggahan @Anggur_ot. Beberapa unggahan mengandung perbedaan makna antara tanda visual di unggahan gambar dan tanda bahasa pada narasi caption. Selain itu, beberapa unggahan lainnya menggunakan tanda bahasa pada caption untuk memperjelas pesan pada tanda visual.

Dalam unggahan-unggahan tersebut ditemukan konsistensi penggunaan tanda bahasa 'kawan'. Tanda ini berkonotasi pada minuman beralkohol yang dapat menemani konsumen saat melakukan kegiatannya. Selain itu, tanda ini juga berkonotasi pada pertemanan yang dapat terjalin antarkonsumen produk Anggur Orang Tua. Pada unggahan ditemukan visualisasi yang mewakili kegiatan kaum muda, hiburan berupa permainan dengan reward bagi partisipator, tampilan produk sebagai objek dengan tanda bahasa yang mendukung, serta unggahan yang menginformasikan partisipasi brand dalam acara musik. Penggambaran ini cenderung menyembunyikan fakta mengenai bahaya dan masalah yang dapat ditimbulkan akibat mengonsumsi minuman beralkohol. Hal ini bertujuan untuk memperluas upaya pemasaran kepada pasar kaum muda.

.....

This thesis discusses the formation of meaning through Instagram social media uploads for a local alcohol brand, named Anggur Orang Tua with the account @Anggur_ot. Thirteen image uploads and captions for the January-December 2020 period with the most likes and comments were selected on @Anggur_ot account, to find out how the meaning of the uploads with the most interactions in that period was formed. This study found that the sign system is used in uploads contain different meanings regarding the object in the visual sign in the image uploads and the language sign in the caption narrative. Some other uploads, use language signs in the caption to highlight the message from the visual image. In the uploads, it is found that the consistency of the use of the sign language 'kawan', which implies that alcoholic drinks can become friends for consumers in their activities and also friendships that can be made between fellow consumers of Anggur Orang Tua products.

In the uploads of @Anggur_ot, there are visualization representing youth activities, entertainment in the form of games with rewards for participants, display of products as objects with supporting language signs, as well as posts informing the brand's participation in music events. These depictions tend to hide facts about the dangers and problems that alcohol consumption can cause, to expand the marketing target to youth market.