

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi elemen naratif dan tanda (semiotika) dalam konten visual pada akun Instagram @thebridestory dan bertujuan untuk memahami pesan komunikasi pemasaran yang terkandung di dalamnya. Dalam penelitian ini, fotografi pernikahan dilihat sebagai sebuah objek penceritaan visual yang kaya akan unsur-unsur narasi dan simbolik yang dapat menjelaskan pesan komunikasi pemasaran Bridestory. Untuk itu, metode analisis isi kualitatif yang dipadukan dengan rangkaian elemen naratif dan semiotika dilibatkan untuk memetakan tema penceritaan visual serta menginterpretasi pesan komunikasi pemasaran yang Bridestory sampaikan melalui konten fotografi pernikahannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten fotografi pernikahan tidak hanya merekam sisi material dari suatu pernikahan—dekorasi, riasan, busana, cincin—tetapi juga memperlihatkan kepada audiens tentang gambaran pernikahan yang ideal. Melalui konten visual tersebut, Bridestory berusaha memberikan visualisasi kepada target audiensnya, yakni para calon pengantin tentang acara pernikahan yang ideal. Selain itu, Bridestory juga berusaha menyampaikan bahwa ia adalah jenama yang mampu mewujudkan pernikahan impian tersebut.

Kata kunci: penceritaan visual, fotografi pernikahan, komunikasi pemasaran, analisis isi kualitatif

ABSTRACT

This study explored narrative and signs (semiotic) elements in visual content on the @thebridestory Instagram account and aimed to comprehend the marketing communication messages contained therein. In this research, wedding photography is seen as an object of visual storytelling that is rich in narrative and symbolic elements which can explain Bridestory's marketing communication messages. For this reason, the method of qualitative content analysis combined with a sequence of narrative and semiotic elements were involved in order to map the visual storytelling themes and interpret the marketing communication messages conveyed by Bridestory through its wedding photography content.

Results of the study showed that wedding photography content does not only capture the material side of a wedding—decorations, make-up, fashion, rings—but also shows an ideal wedding portrayal towards the audience. Through these visual contents, Bridestory tried to present a visualization to its target audience, namely the future bride and groom about the ideal wedding event. Aside from that, Bridestory also seeks to convey that it is a brand capable of making that dream wedding a reality.

Keywords: visual storytelling, wedding photography, marketing communication, qualitative content analysis