UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Semiotika Foto Instagram Toko Kopi Santai di Kota Palangka Raya
RADYA SAIFA SYAHMA, Mesalia Kriska, S.P., M.Sc.; Ir. Harsoyo, M.Ext.Ed.
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Semiotika Foto Instagram Toko Kopi Santai di Kota Palangka Raya

Radya Saifa Syahma[1], Mesalia Kriska[2], Harsoyo[3]

Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian
Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada
Email: radya.s.s@mail.ugm.ac.id

INTISARI

Perkembangan produksi kopi di Indonesia sejalan dengan pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Peningkatan konsumsi kopi ini telah menciptakan industri yang saat ini berkembang pesat di sektor kopi. Industri kopi yang berkembang pesat membuat banyak kedai kopi berlomba-lomba menawarkan konsep yang berbeda dalam berpromosi, termasuk Toko Kopi Santai di Kota Palangka Raya. Bentuk promosi Toko Kopi Santai menggunakan media sosial Instagram, khususnya pada konten foto. Fotografi yang saat ini dapat dikomersialkan, sehingga pemanfaatan media instagram dalam promosi menjadi penting. Dalam setiap kontennya, Toko Kopi Santai ingin menampilkan pesan atau makna bagi konsumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan analisis semiotik menurut Roland Barthes yang menekankan pada makna konotasi, denotasi, dan mitos di dalamnya. Foto yang dianalisis adalah 10 unggahan di bulan Februari pada akun Instagram Toko Kopi Santai (@tokokopisantai). Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap foto Instagram Toko Kopi Santai sangat beragam. Makna denotatif yang diperoleh menunjukkan interaksi, produk penyajian minuman, dan penataan sajian atau objek dalam foto yang dibungkus dengan kreativitas. Makna konotatif yang diperoleh meliputi berbagai teknik fotografi, komposisi foto, objek, pose, dan juga sintaks pada gambar. Terakhir, makna mitos yang ditemukan adalah makna kedekatan, kehangatan, interaksi, dan tidak adanya perbedaan antara pelanggan dengan barista atau sesama pelanggan. Makna mitos tersebut juga ditemukan dari segi kualitas dan motivasi penyajian kopi serta penulisan caption di setiap unggahan Instagram @tokokopisantai.

Kata Kunci: Semiotika, Fotografi, Instagram, *Coffeeshop*, Kopi.

Dosen Pembimbing Utama Skripsi	Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi
Mesalia Kriska, S.P., M.Sc.	Ir. Harsoyo, M.Ext.Ed

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Semiotika Foto Instagram Toko Kopi Santai di Kota Palangka Raya
RADYA SAIFA SYAHMA, Mesalia Kriska, S.P., M.Sc.; Ir. Harsoyo, M.Ext.Ed.
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

Semiotics on The Instagram Photos of Toko Kopi Santai Cafe in Palangka Raya City

Radya Saifa Syahma[1], Mesalia Kriska[2], Harsoyo[3]

Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian
Fakultas Pertanian, Universitas Gadjah Mada
Email: radya.s.s@mail.ugm.ac.id

ABSTRACT

The development of coffee production in Indonesia is at he same line with the growth of coffee consumption in recent years. The increasing has created an industry that is currently growing rapid in the coffee sector. The rapidly growing coffee industry has made many coffee shops compete to offer different concepts in promotion, including Toko Kopi Santai in Palangka Raya City. It use Instagram social media, especially in photo contents. Photography can currently be commercialized, so that the use of Instagram media in promotion is important. In each of its content, Toko Kopi Santai wants to display a message or meaning for consumers. This research used a qualitative analysis method with semiotic analysis according to Roland Barthes which emphasizes the meaning of connotation, denotation, and myth. The photos analyzed are 10 uploads at February on Toko Kopi Santai's Instagram account (@tokokopisantai). The results showed that every Instagram photo of Toko Kopi Santai was very diverse. The denotative meaning obtained shows the interaction, the product of serving drinks, and the arrangement of the dish or object in the photo that is wrapped in creativity. The connotative meanings obtained include various photography techniques, photo compositions, objects, poses, and also the syntax of the image. Finally, the meaning of the myth found was the meaning of closeness, warmth, interaction, and the absence of differences between customers and barista or fellow customers. The meaning of the myth also found in terms of the quality and motivation of serving coffee as well as writing captions on every Instagram upload @tokokopisantai.

***Keywords**: Semiotics, Photography, Instagram, Coffeeshop, Coffee.*

Dosen Pembimbing Utama Skripsi	Dosen Pembimbing Pendamping Skripsi
Mesalia Kriska, S.P., M.Sc.	Ir. Harsoyo, M.Ext.Ed