

INTISARI

Penelitian ini berjudul “Komunikasi Pemasaran *Soft Selling* di Media Sosial Instagram @heymale.id dalam Semiologi Roland Barthes”. Pemilihan @heymale.id sebagai objek kajian dikarenakan Instagram @heymale.id menyelipkan promosi produknya yang mengkaitkannya dengan kejadian yang viral, kehidupan keseharian, dan hiburan serta postingan tersebut dapat membujuk seseorang untuk melakukan pembelian. Pemilihan semiologi Roland Barthes menurut peneliti tepat karena kajian semiologi Barthes mengkaji makna tanda yang lebih luas dan mengkaitkannya dengan budaya. Misalnya pada film, iklan, program televisi dan poster. Tujuan dari penelitian ini untuk mengungkapkan makna pada tampilan visual postingan dengan menggunakan teori denotasi, konotasi dan mitos semiologi Roland Barthes.

Objek material penelitian ini adalah komunikasi pemasaran *soft selling* di media sosial Instagram @heymale.id dan objek formalnya adalah semiologi Roland Barthes. Proses pengumpulan data dilakukan dengan mengamati 10 postingan Instagram @heymale.id yang kemudian dianalisis dengan teori semiologi Roland Barthes dan yang terakhir dilakukan refleksi kritis dari peneliti, penelitian ini menggunakan metode hermeneutika filosofis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran *soft selling* akun Instagram @heymale.id mengandalkan interaksi melalui postingan – postingan yang diunggah dengan tampilan visual dan narasi yang berkaitan dengan kehidupan sehari – hari, kejadian viral dan hiburan. Postingan yang diunggah dalam tampilan visual serta narasi memiliki makna dan tanda yang berbeda – beda, setiap postingan memiliki makna denotasi berupa objek orang, teks, dan simbol yang dapat terlihat dengan jelas, kemudian makna konotasi yang berupa makna yang dapat diberikan pada objek atau lambang yang terjadi ketika tanda bertemu dengan emosi pembaca atau nilai dari kebudayaan, terakhir mitos yaitu berupa makna konotasi yang digiring atau diseragamkan yang kemudian diyakinkan bahwa inilah makna yang sebenarnya dari suatu tanda. Melalui postingan yang diunggah @heymale.id, menciptakan *brand awareness* sehingga produk lebih mudah dikenali oleh masyarakat, karena penggunaan simbol visual dan narasi yang merepresentasikan kehidupan sehari – hari.

Kata kunci : Komunikasi, Pemasaran Soft Selling, Media Sosial, Denotasi, Konotasi, Mitos.

ABSTRACT

This research is entitled "Soft Selling Marketing Communication on Social Media Instagram @heymale.id in Roland Barthes Semiology". The choice of @heymale.id as the object of study was because Instagram @heymale.id inserted a promotion for its product that linked it to viral events, daily life and entertainment and these posts could persuade someone to make a purchase. According to the researcher, the choice of Roland Barthes's semiology is appropriate because Barthes's semiology examines the broader meaning of signs and relates them to culture. For example in films, advertisements, television programs and posters. The purpose of this study is to reveal the meaning of the visual display of posts by using Roland Barthes' theory of denotation, connotation and semiological myths.

The object of this research is soft selling marketing communication on social media Instagram @heymale.id and the formal object is the semiology of Roland Barthes. The data collection process was carried out by observing 10 Instagram posts of @heymale.id which were then analyzed with the semiological theory of Roland Barthes and the last was critical reflection from the researcher, this study used the method of philosophical hermeneutics.

The results of the study show that soft selling marketing communications for the Instagram account @heymale.id rely on interaction through posts that are uploaded with visual displays and narratives related to daily life, viral events and entertainment. Posts that are uploaded in a visual and narrative display have different meanings and signs, each post has a denotative meaning in the form of a person object, text, and symbols that can be seen clearly, then a connotative meaning in the form of a meaning that can be given to the object or symbol that is displayed. occurs when a sign meets the reader's emotions or cultural values, finally myth, namely in the form of connotative meanings that are herded or uniformed and then convinced that this is the true meaning of a sign. Through posts uploaded by @heymale.id, creating brand awareness so that products are more easily recognized by the public, due to the use of visual symbols and narratives that represent everyday life.

Keywords: *Communication, Soft Selling Marketing, Social Media, Denotation, Connotation, Myth.*