

ABSTRAK

Kampanye media sosial merupakan salah satu bentuk konkret pemasaran digital yang digunakan oleh banyak brand di era digital ini. Salah satu contohnya adalah kampanye media sosial "Discover More, Discover You" (DMDY) yang dilakukan oleh akun Instagram Bobocabin. Bobocabin sendiri merupakan salah satu akomodasi yang mengusung konsep berkemah di dataran tinggi di Indonesia. Selain itu, Bobocabin juga telah memulai kampanye media sosial "Discover More, Discover You" sejak 13 Juni 2024 dan masih terus berjalan hingga saat ini. Kampanye media sosial DMDY ini bertujuan untuk membangun komunitas dan mendapatkan atensi yang lebih dari audiens mereka. Penelitian ini membahas mengenai analisis multimodal terhadap kampanye media sosial "Discover More, Discover You" yang dilakukan oleh akun Instagram @Bobocabin. Selain itu, penelitian ini secara umum bertujuan untuk menganalisis pesan yang terkandung di balik konten kampanye media sosial "Discover More, Discover You". Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari feed Instagram Bobocabin yang memiliki hashtag #DiscoverMoreDiscoverYou pada caption maupun pada konten visualnya. Pengumpulan data dimulai dari bulan September 2024 sampai dengan bulan Desember 2024. Selanjutnya, pendekatan kualitatif dan teori multimodal akan digunakan untuk menganalisis data. Hasil studi menunjukkan bahwa pesan atau pembangunan narasi yang ingin disampaikan oleh Bobocabin melalui social media campaign "Discover More, Discover You" adalah ajakan untuk traveling kembali ke alam dengan menonjolkan *self-discovery journey*. Selain itu, object, typography, dan color tone dari visual konten kampanye "DMDY" seringkali merepresentasikan nilai - nilai ketenangan, petualangan, kebebasan, alam, dan eksplorasi.

Keywords: social media, social media campaign, multimodal analysis, Instagram

ABSTRACT

Social media campaign is one of the concrete forms of digital marketing which is used by many brands in this digital era. One of the examples is the social media campaign “Discover More, Discover You” (DMDY) by Bobocabin. Bobocabin itself is an accommodation that uses an elevated camping concept in Indonesia. In addition, Bobocabin started the “Discover More, Discover You” social media campaign from June 13, 2024 and it is still running until now. The DMDY social media campaign aims to build community and get more engagement from their audiences. This study discusses a multimodal analysis of the social media campaign "Discover More, Discover You" by @Bobocabin Instagram account. Apart from that, this study generally aims to analyze the message behind the social media campaign content “Discover More, Discover You”. The data used in this study came from Bobocabin's Instagram feeds that have hashtag #DiscoverMoreDiscoverYou in their caption or in their visual content. The data collection started from September 2024 up to December 2024. Moreover, the qualitative approach and multimodal theory is used to analyze the data. The results of the study show that the message or narrative construction that Bobocabin wants to communicate through the social media campaign "Discover More, Discover You" is an invitation to travel back to nature by highlighting the self-discovery journey. In addition, the objects, typography, and color tones of the visual content of the "DMDY" campaign often represent the values of tranquility, adventure, freedom, nature, and exploration.

Keywords: social media, social media campaign, multimodal analysis, Instagram