

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis konten Instagram terkait kolaborasi produk dari HMNS dan Deorex yang memanfaatkan gerakan media sosial “*Peringatan Darurat*”, berdasarkan konten yang diunggah oleh akun Instagram mereka pada 28 Agustus 2024. “*Peringatan Darurat*” sendiri merupakan gambar lambang Garuda dengan latar belakang biru dongker yang menuai perhatian publik di Indonesia pada bulan Agustus 2024. Aksi tersebut bertujuan untuk mengawal putusan Mahkamah Konstitusi terkait RUU Pemilihan Kepala Daerah 2024 di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek visual dan tekstual dalam unggahan produk kolaborasi Instagram dari HMNS dan Deorex yang memanfaatkan isu sosial “*Peringatan Darurat*”. Penelitian kualitatif ini menggabungkan teori multimodal Anstey dan Bull (2010) seperti aspek linguistik, visual, dan spasial, melalui pendekatan analisis komposisi Kress dan van Leeuwen (2006), seperti aspek nilai informasi, penekanan, dan pembingkai. Hasil analisis tekstual melalui mode linguistik menunjukkan bahwa peluncuran produk kolaboratif HMNS dan Deorex menekankan konsep kolaborasi daripada produk itu sendiri, sehingga menciptakan kedekatan dengan audiens melalui narasi interaktif tentang isu yang menjadi latar belakang produk kolaborasi ini. Aspek visual melalui mode visual dan spasial menemukan bahwa pemilihan warna biru dongker pada desain kolaborasi produk serupa dengan visual “*Peringatan Darurat*,” dan memperkuat asosiasi dengan isu tersebut. Selain itu, mode spasial menemukan bahwa produk kolaborasi ini juga menunjukkan eksklusivitas produk melalui paparan jumlah produk yang terbatas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa produk kolaborasi HMNS dan Deorex menggunakan elemen multimodalitas untuk menyampaikan pesan secara terstruktur sekaligus mempertahankan daya tarik komersial. Strategi ini menunjukkan bagaimana merek dapat memanfaatkan momentum isu sosial dan politik untuk membangun kesadaran merek dan isu.

Kata kunci: peringatan darurat, gerakan media sosial, analisis multimodal

ABSTRACT

This research examines the content of Instagram posts about collaborative product from HMNS and Deorex that use the social media movement “*Peringatan Daurat*” in their Instagram posts uploaded on August 28, 2024. “*Peringatan Darurat*” is an image of the Garuda symbol with a navy-blue background, which went viral in Indonesia in August 2024. The action aims to oversee the decision of the Constitutional Court regarding the 2024 Regional Head Election Bill in Indonesia. This research aims to analyze the visual and textual aspects in the Instagram collaborative product posts from HMNS and Deorex that use the social issue of “*Peringatan Darurat*” implicitly. This qualitative research combines Anstey and Bull's (2010) multimodal theory such as linguistic, visual and spatial modes, through Kress and van Leeuwen (2006) compositional analysis approaches, such as information value, salience, and framing. The results of textual analysis through linguistic modes show that the launch of the HMNS and Deorex collaborative product emphasizes the concept of collaboration rather than directly on the product, which creates closeness with the audience through an interactive narrative of the issue that is behind this collaborative product. The visual aspects through visual and spatial modes found that the choice of the navy-blue color resembles the visual “*Peringatan Darurat*,” which strengthens the association with the issue. Also, the spatial mode found that this collaborative product also emphasizes the exclusivity of the product through the limited quantity of the product. This research concludes that the HMNS and Deorex collaborative product uses elements of multimodality to convey messages in a structured way while maintaining commercial appeal. This strategy showed how brands can use the momentum of social and political issues to build brand and issue awareness.

Keywords: peringatan darurat, multimodal analysis, social media movement