

ABSTRACT

Social media has evolved as a powerful communication platform that facilitates public interaction and the expression of collective opinions. Instagram, with its balanced integration of text and visuals, serves a strategic platform for branding. This research analyzes an Instagram reel posted on 14 October 2024 by Malio Gelato's official account (@maliogelato), which shows a couple exploring Yogyakarta while enjoying gelato and the warm atmosphere of Malioboro. This research aims to explore the ideational and representational meanings embedded in this promotional content. Using a multimodal discourse analysis approach, this study employs Systemic Functional Linguistics (Halliday & Matthiessen, 2004) to analyze the verbal mode and Visual Grammar (Kress & van Leeuwen, 2020) to interpret the visual mode. The findings suggest that verbal modes contribute to constructing ideational meanings intended to promote Malio Gelato and engage local communities and tourists with the brand. Meanwhile, the visual mode conveys narrative and conceptual representations through emotional storytelling, audience targeting, and consistent aesthetic branding. This study highlights how dynamic modes can be strategically combined in branding and contributes both theoretically to multimodal discourse studies and practically to product promotion and brand development.

Keywords: Branding Strategy, Instagram Marketing, Multimodal Discourse Analysis, Systemic Functional Linguistics, Visual Grammar

ABSTRAK

Media sosial telah berkembang menjadi platform komunikasi yang kuat yang memfasilitasi interaksi publik dan ekspresi pendapat kolektif. Instagram, dengan integrasi yang seimbang antara teks dan visual, berfungsi sebagai platform strategis untuk branding. Penelitian ini menganalisis sebuah Instagram reel yang diunggah pada 14 Oktober 2024 oleh akun resmi Malio Gelato (@maliogelato), yang menampilkan sepasang kekasih menjelajahi Yogyakarta sambil menikmati gelato dan suasana hangat di Malioboro. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna ideasional dan representasional yang tertanam dalam konten promosi ini. Menggunakan pendekatan analisis wacana multimodal, studi ini menerapkan Linguistik Fungsional Sistematis (Halliday & Matthiessen, 2004) untuk menganalisis mode verbal dan Visual Grammar (Kress & van Leeuwen, 2020) untuk menafsirkan mode visual. Penelitian menunjukkan bahwa mode verbal berkontribusi dalam membangun makna ideasional yang bertujuan untuk mempromosikan Malio Gelato dan melibatkan komunitas lokal serta wisatawan dengan merek tersebut. Sementara itu, mode visual menyampaikan representasi naratif dan konseptual melalui cerita emosional, penargetan audiens, dan branding estetika yang konsisten. Studi ini menyoroti bagaimana mode dinamis dapat dikombinasikan secara strategis dalam branding dan berkontribusi secara teoritis pada studi wacana multimodal serta secara praktis pada promosi produk dan pengembangan merek.

Kata Kunci: Strategi Penjenamaan, Pemasaran Instagram, Analisis Pendekatan Multimodal, Linguistik Sistemik Fungsional, Visual Grammar