

KONSTRUKSI IDEOLOGI MEME MARKETING TOKOPEDIA DI INSTAGRAM (KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

BINTANG REIHANDANI SURYATIN

ABSTRAK

Meme saat ini mulai dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan untuk dijadikan sebagai strategi pemasaran dengan tujuan menarik perhatian target audiens hanya dengan sekali melihat konten meme tersebut. Pemanfaatan pemasaran meme sangat cocok untuk dilakukan pada media sosial instagram karena, Instagram merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi pengalaman antar dua orang atau lebih dengan media foto maupun video. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes, lima konten Tokopedia dianalisis melalui tiga lapis makna: denotasi, konotasi, dan mitos untuk melakukan konstruksi ideologi. Konstruksi realitas sosial digunakan untuk melihat ideologi mencoba di konstruksi pada konten Tokopedia. Analisis konten meme marketing Tokopedia di Instagram menunjukkan humor sebagai daya tarik utama, dipadukan dengan pesan promosi eksplisit. Secara konotatif, konten menyembunyikan makna dibalik visual humoristik (pencurian, penjambretan) untuk menarik perhatian. Pesan promosi berupaya menggambarkan urgensi, didukung penawaran gratis ongkir. Pemaknaan ini melahirkan mitos bahwa kontras humor dan promosi adalah strategi pemasaran efektif. Terakhir, peneliti mengkonstruksi ideologi kapitalisme, menunjukkan Tokopedia menanamkan kapitalisme secara halus demi tujuan pemasaran dan akumulasi modal.

Kata Kunci: Konstruksi Ideologi, Semiotika Roland Barthes, Pemasaran Meme

**THE IDEOLOGICAL CONSTRUCTION OF TOKOPEDIA
MARKETING MEMES ON INSTAGRAM (A STUDY OF ROLAND
BARTHES' SEMIOTICS)**

BINTANG REIHANDANI SURYATIN

ABSTRACT

Memos are currently being used by several companies as a marketing strategy with the aim of attracting the attention of the target audience just by looking at the content of the meme. The use of meme marketing is very suitable to be done on Instagram social media because, Instagram is an application that allows users to share experiences between two or more people with photo and video media. Using a descriptive qualitative approach with Roland Barthes' semiotic analysis method, five Tokopedia content were analyzed through three layers of meaning: denotation, connotation, and myth to carry out ideological construction. The construction of social reality is used to see the ideology of trying to be constructed on Tokopedia content. Analysis of Tokopedia's marketing meme content on Instagram shows humor as the main attraction, combined with explicit promotional messages. Connotatively, content hides the meaning behind humorous visuals (theft, snatching) to attract attention. Promotional messages try to illustrate urgency, supported by free shipping offers. This interpretation gives birth to the myth that contrasting humor and promotion is an effective marketing strategy. Finally, the researcher constructs the ideology of capitalism, showing that Tokopedia instills capitalism subtly for the purpose of marketing and capital accumulation.

Keywords: *Ideological Construction, Roland Barthes Semiotics, Meme Marketing*