

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA KONTEN PROMOSI INSTAGRAM
@MAOMAO.ID: MAKNA VISUAL DALAM PESAN PRODUK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



Disusun oleh:

ENDANG NUR ANDINI

2108302086

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

2025 M/ 1446

**ANALISIS SEMIOTIKA PADA KONTEN PROMOSI INSTAGRAM
@MAOMAO.ID: MAKNA VISUAL DALAM PESAN PRODUK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

ENDANG NUR ANDINI

NIM. 2108302086

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

2025 M/ 1446

ABSTRAK

ANALISIS SEMIOTIKA PADA KONTEN PROMOSI INSTAGRAM @MAOMAO.ID: MAKNA VISUAL DALAM PESAN PRODUK

ENDANG NUR ANDINI
2108302086

Instagram sebagai media sosial berbasis visual memiliki peran strategis dalam praktik pemasaran digital. Melalui elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan komposisi, sebuah brand dapat menyampaikan pesan produk yang tidak hanya informatif, tetapi juga membentuk makna emosional dan kultural yang berpengaruh terhadap persepsi dan keterlibatan audiens. Akun Instagram @maomao.id merupakan salah satu brand lokal minuman kekinian yang aktif memanfaatkan komunikasi visual dalam konten promosinya, dan menarik untuk dianalisis dari sudut pandang semiotika.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam elemen visual konten promosi @maomao.id, serta memahami bagaimana pesan produk dikonstruksi dan disampaikan melalui strategi komunikasi visual. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Objek penelitian terdiri dari lima konten promosi yang diunggah antara Oktober 2022 hingga November 2023, dengan fokus pada elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, dan komposisi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tingkat denotasi, konten menampilkan informasi literal seperti gambar produk, harga, dan promo. Pada tingkat konotasi, makna dibangun melalui simbol visual seperti warna pink yang memberi kesan lembut dan feminin, ilustrasi bergaya minimalis yang menciptakan kesan modern, serta tipografi sans-serif yang mencerminkan gaya kekinian. Sementara itu, pada tingkat mitos, konten membentuk narasi ideologis seperti jin lokal sebagai simbol harapan “Minmo Kasih 1 Permintaan”, gaya hidup sehat “Maomao x Saladku”, nasionalisme “Hari Pahlawan”, dan solidaritas sosial “Promo Patungan”.

Dari sisi copywriting, kelima konten konsisten menerapkan pola AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), dengan penggunaan bahasa ringan, ajakan langsung, dan diksi yang menarik perhatian audiens muda. Ilustrasi dan simbol visual digunakan secara strategis untuk menyampaikan nilai simbolik dan budaya. Warna dominan seperti merah muda, krem, dan hijau muda memperkuat kesan ceria, ramah, dan feminin, sementara aksent kuning dan ungu menciptakan nuansa semangat dan eksklusivitas. Tipografi sans-serif dan komposisi simetris dengan hierarki informasi yang jelas membuat pesan mudah ditangkap secara visual.

Secara keseluruhan, @maomao.id berhasil membangun identitas merek yang kuat sebagai brand minuman kekinian yang ceria, inklusif, dan relevan dengan gaya hidup generasi muda. Konten visual tidak hanya menjadi alat promosi, tetapi juga media pembentuk citra dan kedekatan emosional antara brand dan audiens.

Kata kunci: Semiotika Roland Barthes, Komunikasi Visual, Instagram, Konten Promosi, Representasi Makna

ABSTRACT

SEMIOTIC ANALYSIS OF PROMOTIONAL CONTENT ON INSTAGRAM @MAOMAO.ID: VISUAL MEANING IN PRODUCT MESSAGING

ENDANG NUR ANDINI
2108303086

Instagram, as a visually driven social media platform, plays a strategic role in digital marketing practices. Through visual elements such as color, typography, illustration, and composition, a brand can convey product messages that are not only informative but also imbued with emotional and cultural meanings that influence audience perception and engagement. The Instagram account @maomao.id, a local contemporary beverage brand, actively utilizes visual communication in its promotional content, making it a compelling subject for semiotic analysis.

This study aims to analyze the denotative, connotative, and mythical meanings within the visual elements of @maomao.id's promotional content, as well as to understand how product messages are constructed and communicated through visual communication strategies. A descriptive qualitative method was employed using Roland Barthes' semiotic approach. The research object comprises five promotional posts uploaded between October 2022 and November 2023, focusing on visual elements such as color, typography, illustration, and layout composition.

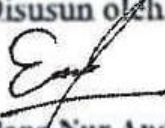
The findings reveal that, at the denotative level, the content presents literal information such as product images, prices, and promotions. At the connotative level, meaning is constructed through visual symbols for example, the use of pink evokes softness and femininity, minimalist illustrations create a modern impression, and sans-serif typography reflects a contemporary style. At the mythological level, the content constructs ideological narratives, such as local genies as symbols of hope in "Minmo Grants One Wish," a healthy lifestyle in "Maomao x Saladku," nationalism in "Heroes' Day," and social solidarity in "Shared Promo." From a copywriting perspective, all five contents consistently follow the AIDA pattern (Attention, Interest, Desire, Action), utilizing light language, direct calls to action, and diction that appeals to a young audience. Illustrations and visual symbols are strategically employed to convey symbolic and cultural values. Dominant colors such as pink, beige, and light green reinforce a cheerful, friendly, and feminine tone, while accents of yellow and purple evoke a sense of enthusiasm and exclusivity. Sans-serif typography and symmetrical compositions with a clear information hierarchy make the messages visually accessible and easily understood.

Overall, @maomao.id has successfully established a strong brand identity as a cheerful, inclusive, and lifestyle-relevant contemporary beverage brand for the younger generation. Its visual content serves not only as a promotional tool but also as a medium for shaping brand image and fostering emotional connection with the audience.

Keywords: Roland Barthes' Semiotics, Visual Communication, Instagram, Promotional Content, Meaning Representation.

LEMBAR PERSETUAN
ANALISIS SEMIOTIKA PADA KONTEN PROMOSI INSTAGRAM
@MAOMAO.ID: MAKNA VISUAL DALAM PESAN PRODUK

Disusun oleh :


Endang Nur Andini

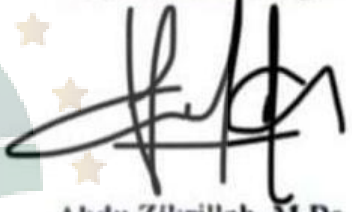
NIM. 2108302086

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

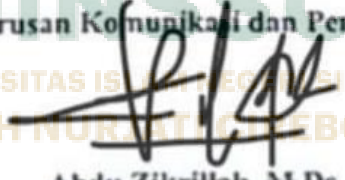

Dr. Arief Rachman, S.Sos., M.Si.
NIP. 196909272000031003

Dosen Pembimbing II


Abdu Zikrillah, M.Ds
NIP. 199111052019031013

Mengetahui:

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam


Abdu Zikrillah, M.Ds.

NIP. 199111052019031013

NOTA DINAS

Kepada Yth,

Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Siber Syekh Nurjati Di Cirebon

Assalamualaikum warrohamtullahi wabarakatuh

Setelah melakukan arahan, bimbingan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi berikut ini :

Nama : Endang Nur Andini

NIM : 2108102086

Judul : Analisis Semiotika Pada Konten Promosi Instagram @Maomao.id: Makna visual dalam Pesan Produk

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah Komunikasi Islam (FDKI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Wassalamualaikum warrohamatullahi wabarakatuh

Cirebon, 5 Juni 2025

Pembimbing 1


Dr. Ariel Rachman, S.Sos., M.Si.
NIP. 196909272000031003

Pembimbing 2


Abdu Zikri Halil, M.Ds.
NIP. 192111052019031013

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PERNYATAAN OTENTIFIKASI TULISAN

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda dibawah ini :

Nama : Endang Nur Andini

NIM : 2108302086

Judul : Analisis Semiotika Pada Konten Promosi Instagram

@Maomao.id: Makna Visual dalam Pesan Produk

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulis yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana (S-1) di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun seluruh isinya merupakan karya plagiasme, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER Cirebon, 4 Juni 2025
SYEKH NURJATI CIREBON



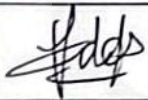
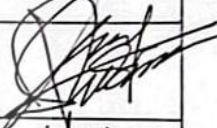
SYEKH NURJATI CIREBON Endang Nur Andini

NIM. 2108302086

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Analisis Semiotika Pada Konten Promosi Instagram @Maomao.id: Makna Visual dalam Pesan Produk”. Oleh Endang Nur Andini, NIM. 2108302086, telah di munaqosahkan pada tanggal 13 Juni 2025 dihadapan dewan penguji dan dinyatakan LULUS.

Skripsi ini telah memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Panitia Munaqosah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan Abdu Zikrillah, M.Ds NIP. 199111052019031013	18-6-2025	
Sekretaris Jurusan Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom NIP. 199005142019032011	18-6-2025	
Penguji I Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom NIP. 199005142019032011	18-6-2025	
Penguji II Ana Humardhiana, M.Hum NIP. 198608022019032008	18-6-2025	
Pembimbing I Dr. Arief Rachman, M.Si NIP. 196909272000031003	18-6-2025	
Pembimbing II Abdu Zikrillah, M.Ds NIP. 199111052019031013	18-6-2025	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam


Dr. Naila Farah, M.Ag
NIP. 197706222011012003

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis telah menyelesaikan kewajiban sebagai mahasiswa dalam penyusunan tugas akhir berupa skripsi ini. Karya sederhana ini penulis persembahkan teruntuk orang-orang tersayang yang senantiasa mendampingi penulis dalam keadaan suka dan duka.

Teruntuk kedua orang tuaku yang selalu hadir memberikan dukungan, motivasi, semangat, serta doa-doa yang tiada henti dipanjatkan dalam setiap sujudnya untukku. Mamah, terima kasih atas segala kasih sayang, cinta, dan keyakinan yang tak pernah padam. Terima kasih karena selalu percaya bahwa anakmu mampu melewati segalanya. Bahkan saat aku meragukan diriku sendiri, Ibu adalah orang pertama yang tetap yakin bahwa aku bisa menjalaninya. Aku percaya, ketika suatu hari aku merasa berhasil, di sanalah doa Ibu telah lebih dulu menembus langit. Ayah, cinta pertamaku, terima kasih atas segala usaha dan kerja keras yang telah Ayah berikan. Terima kasih karena selalu memberikan kepercayaan dan dukungan kepada anak perempuan satu-satunya dalam menggapai cita-cita. Mamah dan Ayah, terima kasih atas segala pengorbanan dan kasih sayang tulus yang telah kalian berikan. Semoga Mamah dan Ayah selalu diberikan kesehatan, umur yang panjang, dan kebahagiaan yang tiada henti.

Teruntuk Kakakku, Terima kasih atas segala pengorbanan yang tak terlihat namun begitu berarti. Kakak adalah sosok yang selalu mengutamakan keluarga, rela menunda keinginan demi kebahagiaan adik-adiknya. Semangat dan kasihmu menjadi pelita dalam setiap langkahku.

Teruntuk Adikku, Terimakasih telah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terimakasih atas semangat doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis. Tumbuh menjadi versi paling hebat.

Teruntuk sahabat seperjuangan saya di kampus baik satu jurusan maupun lintas jurusan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih atas kebersamaan, saling membantu, saling mengingatkan, dan segala hal yang telah kalian berikan. Semoga segala hal yang kita harapkan, impikan dan cita citakan yang sudah kita usahakan selama ini segera tercapai.

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk kalian semua. Izinkan saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penulisan skripsi ini. Semoga kita semua senantiasa berada dalam lindungan Allah SWT. Aamiin.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama lengkap penulis adalah Endang Nur Andini. Penulis lahir pada tanggal 20 Oktober 2002 di Tasikmalaya. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, putri dari Bapak Asep Koswara dan Ibu Imas Rodiah. Penulis beralamat di Kampung Gentong, Desa Margamulya, Kecamatan Sukaresik, Kabupaten Tasikmalaya.

Jenjang Pendidikan yang pernah ditempuh adalah:

1. TK Aminul Huda 2009-2010
2. SD Negeri 2 Geresik 2010-2016
3. SMP Negeri 1 Ciawi 2016-2018
4. SMA Terpadu Riyadlul Ulum 2018 -2021

Pada tahun yang sama penulis mengikuti program S-1 pada fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dan telah melalui proses yang cukup panjang, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “**Analisis Semiotika pada Konten Promosi Instagram @Maomao.id: Makna Visual dalam Pesan Produk**“ di bawah bimbingan Bapak Dr. Arief Rachman, S.Sos., M.Si. dan Bapak Abdu Zikrillah, M.Ds. Semoga karya tulis yang dihasilkan penulis dapat bermanfaat positif bagi bidang akademik maupun non akademik.

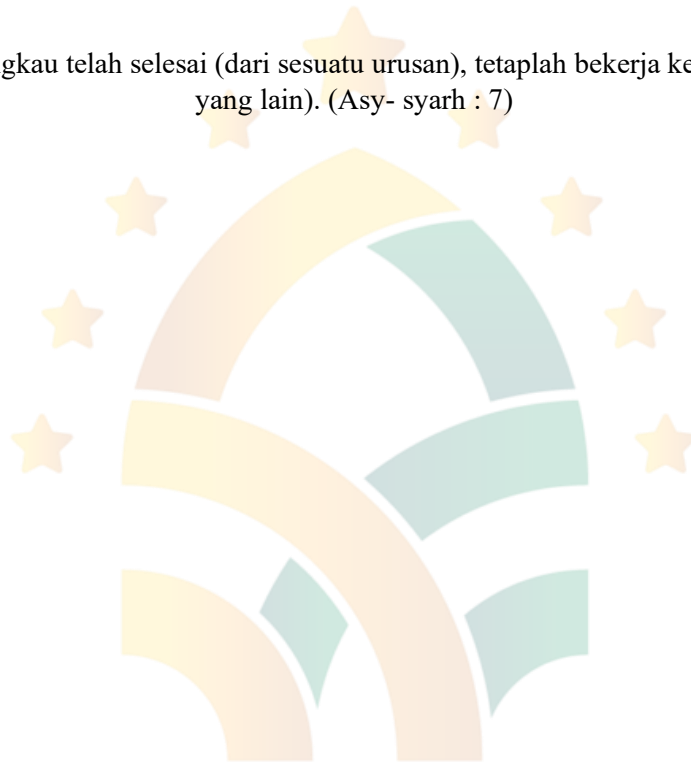
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO

Have courage and be kind

Allah punya milyaran pintu rezeki, milyaran jalan keluar, milyaran kemudahan, kita hanya perlu untuk tidak putus dengan Rahmat-Nya. (At- talaq : 3)

Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). (Asy- syarh : 7)



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrohmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alam, wabihi nasta'in waala umuriddunya waddin wassalatu wassalamu ala asrofil ambiya'i wal mursalin waala alihi wasohbihi ajma'in ama ba'du. Segala puja dan puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kita nikmat dan karunia-Nya. Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS SEMIOTIKA PADA KONTEN PROMOSI INSTAGRAM @MAOMAO.ID: MAKNA VISUAL DALAM PESAN PRODUK”.

Skripsi ini dirancang sebagai salah satu syarat bagi penulis supaya memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Sebagai mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) . Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI). Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon. Skripsi dapat diselesaikan oleh penulis dengan baik dan tepat waktu karena adanya arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. selaku Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
2. Ibu Dr. Naila Farah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Dakwah Komunikasi Islam (FDKI)
3. Bapak Abdu Zikrillah, M.Ds. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (FDKI)
4. Ibu Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom. selaku sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
5. Bapak Dr. Arief Rachman, S.sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi I dan Bapak Abdu Zikrillah, M.Ds., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi II
6. Ibu Rani Ika Wijayanti, M.Med.Kom. Selaku dosen penguji I dan Ana Humardhiana, M.Hum. Selaku dosen penguji II

7. Terima kasih kepada seluruh Dosen KPI dan Staff Jurusan Ibu Ikeu Hikmayati, SE.
8. Terima kasih kepada Maomao Cirebon yang melalui konten-konten Instagramnya telah memberikan inspirasi sekaligus menjadi objek penting dalam penelitian ini.
9. Terima kasih kepada Ayah Asep Koswara, atas segala usaha, kerja keras, dan pengorbanan yang telah Ayah berikan tanpa pamrih. Ayah adalah sosok teladan yang memberikan keyakinan dan dukungan penuh kepada anak perempuan satu-satunya dalam menggapai cita-citanya. Terima kasih karena selalu percaya dan memberi ruang bagi penulis untuk tumbuh dan belajar, serta menjadi pribadi yang lebih kuat dan mandiri.
10. Terima kasih Mamah Imas Rodiah, atas cinta dan kasih sayang yang tiada henti. Dalam setiap doa yang Mamah panjatkan, penulis merasakan kekuatan yang luar biasa. Mamah adalah sosok yang selalu yakin bahwa penulis mampu, bahkan ketika penulis sendiri meragukan diri. Terima kasih atas semangat dan pelukan hangat yang selalu menjadi penenang di tengah kelelahan. Keyakinan Mamah adalah cahaya yang membimbing penulis hingga sejauh ini.
11. Terima kasih kepada kakak tercinta, Heru Izmi Fadilah, atas segala pengorbanan dan ketulusan yang begitu berarti. Juga kepada adik tersayang, Gilang Indra Lesmana, terima kasih atas semangat, cinta, dan doa yang selalu menyertai. Kehadiran kalian menjadi penyemangat dalam setiap langkah penulis.
12. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, M. Miftah Fauzi Hakim. Terima kasih telah menjadi bagian dari proses perjalanan penulis dalam menyusun skripsi. Terima kasih atas kontribusi tenaga, waktu, serta kesediaan untuk menemani, mendukung, dan menghibur penulis di saat-saat sulit. Terima kasih telah menjadi pendengar setia di tengah keluh kesah, serta menjadi mood booster yang selalu menghadirkan semangat baru.
13. Kepada Linda Yasmin, Finna Nurhidayah, dan Rahma Nurhaliza, terima kasih

telah menjadi teman seperjuangan di perantauan. Terima kasih atas waktu, dukungan, semangat, dan kebersamaan dari awal kuliah hingga penyelesaian skripsi. Segala momen dan petualangan yang kita lalui akan selalu dikenang dan dirindukan. *See you and the next top*, anak kos baso ikan!

14. Kepada Peni, Anjani, Putri, Sihva, Afifah, Nollis, serta teman-teman seperbimbingan dan teman sekelas KPI C yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih telah menjadi teman seperjuangan yang setia dalam suka maupun duka. Terima kasih atas kontribusi, semangat, dukungan, doa, dan motivasi yang senantiasa menguatkan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Kepada seluruh teman seperjuangan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
16. Kepada diriku sendiri, Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap lelah yang tidak terlihat, setiap air mata yang diam-diam jatuh, dan setiap rasa ingin menyerah yang akhirnya berhasil dilawan aku bangga padamu. Perjalanan ini tidak mudah, namun kamu membuktikan bahwa kamu mampu melewatinya. Teruslah melangkah, dengan keyakinan dan keteguhan hati yang sama.
17. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk bantuan, doa, dukungan, dan perhatian yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap kontribusi kecil maupun besar telah menjadi bagian penting yang turut menguatkan langkah penulis dalam menyelesaikan karya ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat dari Tuhan Yang Maha Esa.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga Allah SWT senantiasa memberikan nikmat rasa syukur dan melipatgandakan kebaikan dari dukungan yang diberikan kepada penulis, *Aamiin Allahumma Aamiin*. Penulis sangat senang apabila

skripsi ini dijadikan referensi dan pembelajaran bahkan penelitian selanjutnya untuk yang lain.

Wallahul muwaffiq ila aqwamit thariq Wassalamualaikum Warrohmatullahi Wabarakatuh

Cirebon, 4 Juni 2025



Endang Nur Andini

NIM. 2108302086



DAFTAR ISI

ANALISIS SEMIOTIKA PADA KONTEN PROMOSI INSTAGRAM	
@MAOMAO.ID: MAKNA VISUAL DALAM PESAN PRODUK	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUAN	iii
NOTA DINAS	iv
PERNYATAAN OTENTIFIKASI TULISAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	ix
MOTTO	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
1. Semiotika Roland Barthes	9
2. Komunikasi Visual	16
3. Komunikasi Pemasaran	30
4. Instagram Sebagai Media Pemasaran Visual	33
5. Penelitian Terdahulu	35
BAB III	43
METODOLOGI DAN DESKRIPSI PENELITIAN	43
BAB IV	49

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
BAB V.....	167
PENUTUP.....	167
Daftar Pustaka	171
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	178



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 MINMO KASIH 1PERMINTAAN!.....	50
Gambar 4.1. 1 Teks “Minmo Kasih 1 Permintaan” Poster Minmo Kasih 1 Permintaan	50
Gambar 4.1. 2 Teks “Maomao mau rilis rasa baru...” pada Poster Minmo Kasih 1 Permintaan.....	53
Gambar 4.1. 3 Teks “#manisnyagakabisabis” pada Poster Minmo Kasih 1 Permintaan	57
Gambar 4.1. 4 Ilustrasi Pria Poster Minmo Kasih 1 Permintaan	59
Gambar 4.1. 5 Ilustrasi Logo Maomao pada Poster Minmo Kasih 1 Permintaan	62
Gambar 4.1. 6 Ilustrasi Logo Halal Poster Minmo Kasih 1 Permintaan.....	64
Gambar 4.1. 7 Ilustrasi Garis Lengkung Putih pada Poster Minmo Kasih 1 Permintaan.....	65
Gambar 4.1. 8 Komposisi pada Poster Minmo Kasih 1 Permintaan.....	67
Gambar 4. 2 Maomao x Saladku.....	70
Gambar 4.2. 1 Teks “Maomao x Saladku, Promo khusus” pada Poster Maomao x Saladku.....	70
Gambar 4.2. 2 Teks “Beli 2 Saladku Gratis 1 Puding” Poster Maomao x Saladku....	73
Gambar 4.2. 3 Teks “Jum'at 3 Februari 2023...” Poster Maomao x Saladku.....	75
Gambar 4.2. 4 Teks “Maomaolagi” pada Poster Maomao x Saladku.....	78
Gambar 4.2. 5 Ilustrasi Salad pada Maomao x Saladku	80
Gambar 4.2. 6 Ilustrasi Salad pada Maomao x Saladku	82
Gambar 4.2. 7 Ilustrasi Logo Maomao x Saladku	84
Gambar 4.2. 8 Komposisi Poster Maomao x Saladku	87
Gambar 4. 3 Promo Mix Super Menu.....	91
Gambar 4.3. 1 Teks “Promo mix super menu...” pada Poster Promo Mix Super Menu	91
Gambar 4.3. 2 Teks “Buy 1 Get 1...” pada Poster Promo Mix Super Menu.....	94
Gambar 4.3. 3 Teks “Maomao secret menu” pada Poster Promo Mix Super Menu...	97
Gambar 4.3. 4 Teks “#bikinmaolagi” Poster Promo Mix Super Menu	99
Gambar 4.3. 5 Teks "Outlet Perum & Perjuangan" Poster Promo Mix Super Menu	101
Gambar 4.3. 6 Ilustrasi Gelas pada poster Promo Mix Super Menu.....	102
Gambar 4.3. 7 Ilustrasi Daun Hijau pada poster Promo Mix Super Menu	104
Gambar 4.3. 8 Ilustrasi Logo Maomao pada poster Promo Mix Super Menu	105
Gambar 4.3. 9 Komposisi pada Poster Promo Mix Super Menu	106
Gambar 4. 4 Hari Pahlawan	110
Gambar 4.4. 1 Teks “Selamat Hari Pahlawan...” pada Poster Hari Pahlawan.....	110
Gambar 4.4. 2 Teks “Siapakah Nama Pahlawan...” pada Poster Hari Pahlawan.....	113
Gambar 4.4. 3 Teks “Jawab di Komenya!” pada Poster Hari Pahlawan	115

Gambar 4.4. 4 Teks “#bikinmaolagi” pada Poster Hari Pahlawan	116
Gambar 4.4. 5 Ilustrasi Uang Kertas Rp.20000 pada Poster Hari Pahlawan	118
Gambar 4.4. 6 Ilustrasi Logo Maomao pada Poster Hari Pahlawan	120
Gambar 4.4. 7 Ilustrasi Logo Halal pada Poster Hari Pahlawan.....	122
Gambar 4.4. 8 Komposisi pada Poster Hari Pahlawan	124
Gambar 4.5. 1 Teks “Promo Patungan...” Pada Postingan Promo Patungan.....	127
Gambar 4.5. 2 Teks “18 RB GET 2...” pada Postingan Promo Patungan.....	130
Gambar 4.5. 3 Teks “Berlaku di seluruh...” pada Postingan Promo Patungan	132
Gambar 4.5. 4 Teks “#maomaolagi” pada Postingan Promo Patungan	134
Gambar 4.5. 5 Ilustrasi Dua Gelas Maomao Pada Postingan Promo Patungan.....	136
Gambar 4.5. 6 Ilustrasi Logo Pada Postingan Promo Patungan	137
Gambar 4.5. 7 Komposisi Pada Postingan Promo Patungan	139



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1. Analisis Semiotika Roland Barthes: Tipografi pada Konten Promosi (MINMO KASIH 1 PERMINTAAN!)	50
Tabel 4. 2. Analisis Semiotika Roland Barthes: Ilustrasi pada Konten Promosi (MINMO KASIH 1 PERMINTAAN!)	59
Tabel 4. 3. Analisis Semiotika Roland Barthes: Komposisi pada Konten Promosi (MINMO KASIH 1 PERMINTAAN!)	67
Tabel 4. 4. Analisis Semiotika Roland Barthes: Tipografi pada Konten Promosi (Maomao x Saladku)	70
Tabel 4. 5. Analisis Semiotika Roland Barthes: Ilustrasi pada Konten Promosi (Maomao x Saladku)	80
Tabel 4. 6 Analisis Semiotika Roland Barthes: Komposisi pada Konten Promosi (Maomao x Saladku)	87
Tabel 4. 7. Analisis Semiotika Roland Barthes: Tipografi pada Konten Promosi (Promo Mix Super Menu)	91
Tabel 4. 8. Analisis Semiotika Roland Barthes: Ilustrasi pada Konten Promosi (Promo Mix Super Menu)	102
Tabel 4. 9. Analisis Semiotika Roland Barthes: Komposisi pada Konten Promosi (Promo Mix Super Menu)	106
Tabel 4. 10. Analisis Semiotika Roland Barthes: Tipografi pada Konten Promosi (Hari Pahlawan)	110
Tabel 4. 11. Analisis Semiotika Roland Barthes: Ilustrasi pada Konten Promosi (Hari Pahlawan)	118
Tabel 4. 12. Analisis Semiotika Roland Barthes: Komposisi pada Konten Promosi (Hari Pahlawan)	124
Tabel 4. 13. Analisis Semiotika Roland Barthes: Tipografi pada Konten Promosi (Promo Patungan)	127
Tabel 4. 14. Analisis Semiotika Roland Barthes: Ilustrasi pada Konten Promosi (Promo Patungan)	135
Tabel 4. 15. Analisis Semiotika Roland Barthes: Komposisi pada Konten Promosi (Promo Patungan)	139