

**MAKNA IKLAN BURGER KING “PESANLAH DARI
MCDONALD’S” DI INSTAGRAM @burgerking.id PADA MASA
PANDEMI
(ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE)**

Nathasya Fressilia Agusta¹ Erna Febriani²
Universitas Esa Unggul, Jakarta
e-mail: nfressiliaa@gmail.com

Abstrak

Sejak pandemi Covid-19 adanya perubahan proses sosialisasi yang sebelumnya dilakukan secara langsung, terpaksa dilakukan secara online, akibat pandemi Covid-19 ekonomi negara menjadi turun drastis. Penurunan ekonomi membuat dunia kerja mengalami luka ekonomi, penurunan pendapatan membuat perusahaan bersaing untuk menggunakan strategi marketing dalam menarik pelanggan. Komunikasi massa yang tepat guna selama pandemi ini adalah komunikasi yang dapat menyentuh sisi emosional dari pengguna. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat makna iklan Burger King “Pesanlah dari Mcdonald’s” yang diunggah pada akun instagram @burgerking.id. Riset ini memakai pendekatan kualitatif yang sifatnya deskriptif serta penelitian teks, yakni analisis semiotika Charles Sander Peirce dalam mengamati iklan burger king “Pesanlah dari Mc’Donald’s” guna menyingkap ada apa dibalik tanda atau *sign* sebuah teks iklan. Guna memperoleh informasi ataupun data yang diinginkan penulis, dalam teknik pengumpulan data memakai sejumlah studi yang dilaksanakan, diantaranya pengamatan, interview, studi kepustakaan, dokumentasi, uji keabsahan data, serta teknik analisis data. Berdasarkan hasil riset berupa wawancara serta analisis, bisa ditarik simpulan bahwa masing-masing tanda atau simbol pada dasarnya memiliki arti dan makna khusus yang mewakili sebuah perusahaan, institusi, ataupun produk. Kampanye dibuat menjadi identitas dari brand supaya memudahkan calon konsumen dan menang dengan produk pesaing.

Kata Kunci: Makna iklan; Analisis semiotik; Iklan Kampanye Burger King di Instagram “PESANLAH DARI MCDONALD’S”; Pandemi Covid-19

Abstract

Since the Covid-19 pandemic there has been a change in the socialization process, which was previously carried out in person, had to be done online, due to the Covid-19 pandemic, the country's economy has dropped drastically. The economic downturn makes the world of work suffer economic injuries, the decline in income makes companies compete to use marketing strategies to attract customers. The effective mass communication during this pandemic is communication that can touch the emotional side of the user. In this study, the researcher wanted to see the meaning of the Burger King advertisement "Order from Mcdonald'S" which was uploaded to the @burgerking.id instagram account. This research uses a descriptive qualitative approach and text research, namely Charles Sander Peirce's semiotic analysis in observing the burger king advertisement "Order from Mc'Donald's" in order to reveal what is behind the sign or sign of an advertising text. In order to obtain the information or data the author wants, the data collection technique uses a number of studies carried out, including observations, interviews, literature studies, documentation, data validity tests, and data analysis techniques. Based on the results of research in the form of interviews and analysis, it can be concluded that each sign or symbol basically has a special meaning and meaning that represents a company, institution, or product. The campaign is made into the identity of the brand in order to make it easier for potential consumers and win with competing products.

Keywords: *The meaning of advertising; Analytics of semiotics; Burger King Campaign Ad on Instagram “ORDER FROM MCDONALD’S”; Covid-19 pandemic*

¹ Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hubungan Masyarakat, Universitas Esa Unggul

² Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hubungan Masyarakat, Universitas Esa Unggul