

ABSTRACT

RAMADHANIA, PUTRI SEKAR. (2023) **A Semiotic Analysis of Brand Messaging in Life at Gojek's Instagram Posts**. Yogyakarta: Department of English Letters, Faculty of Letters, Universitas Sanata Dharma.

Social media platforms have become essential channels for communication and engagement in today's digital landscape. This study aims to examine the complex dynamics of language usage in Life at Gojek's Instagram posts to understand how language shapes the meaning of the narrative conveyed by the brand. As the world becomes increasingly connected through virtual platforms, the role of language in conveying messages and evoking emotions takes on heightened significance. This study aims to investigate the occurrence and meanings of verbal signs in the content posted by Life at Gojek on the Instagram platform.

To navigate this intricate landscape, the study employs semiotics, particularly Saussure's theoretical framework, as a guiding lens for deciphering the verbal signs in Instagram content. Simultaneously, a syntagmatic analysis, grounded in Greimasian narrative theory, is executed to delve into the underlying structures of these messages. Combining these theoretical approaches, this research aims to illuminate the interplay of linguistic elements and narrative structures.

Methodologically, this research employs a qualitative methodology. Instagram posts from the verified Life at Gojek account are collected, forming the dataset for analysis. Employing a qualitative research methodology, a comprehensive collection of Instagram posts forms the basis of this study's exploration. By systematically categorizing and analyzing verbal signs, the research seeks to uncover patterns and themes that elucidate the brand's communication strategies.

Ultimately, the findings of this study are anticipated to illuminate the meaning of the narrative employed by Life at Gojek. By delving into the linguistic dimensions of brand messaging, this research contributes to digital marketing and communication, providing insights into how organizations can craft compelling narratives that resonate with their target audience and positively influence brand perception.

Keywords: *syntagmatic analysis, Instagram, verbal signs, semiotics, branding, marketing communication*

ABSTRAK

RAMADHANIA, PUTRI SEKAR. (2023) **A Semiotic Analysis of Brand Messaging in Life at Gojek's Instagram Posts**. Yogyakarta: Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma.

Dalam lanskap digital saat ini, platform media sosial telah menjadi alat penting untuk berkomunikasi. Bahasa semakin penting untuk memicu emosi dan menyampaikan pesan seiring dunia semakin terhubung melalui platform virtual. Untuk memahami bagaimana bahasa membentuk cerita yang disampaikan oleh merek, penelitian ini menyelidiki dinamika dari unggahan Instagram Life at Gojek.

Penelitian ini menggunakan semiotik, khususnya kerangka teoritis Saussure, sebagai lensa untuk mendeskripsikan tanda-tanda verbal dalam konten yang diposting oleh Life at Gojek di Instagram. Pada saat yang sama, analisis sintaksis, yang didasarkan pada teori narasi Greimasian, dilakukan untuk mempelajari struktur yang mendasari pesan-pesan ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis elemen linguistik dan struktur naratif berinteraksi dan makna yang dihasilkan.

Secara metodologis, penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Pos Instagram dari akun Life at Gojek yang terverifikasi dikumpulkan, membentuk dataset untuk analisis. Menggunakan metodologi penelitian kualitatif, koleksi yang komprehensif dari posting Instagram membentuk dasar dari eksplorasi penelitian ini. Dengan mengkategorikan dan menganalisis tanda-tanda verbal secara sistematis, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pola dan tema yang digunakan dalam strategi komunikasi merek.

Hasil penelitian ini diharapkan untuk menunjukkan bagaimana narasi digunakan Life at Gojek. Penelitian ini membantu pemasaran dan komunikasi digital dengan menyelidiki aspek linguistik pesan merek. Hal ini memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan dapat membuat cerita yang menarik bagi audiens target mereka dan secara positif mempengaruhi persepsi merek.

Kata kunci: *syntagmatic analysis, Instagram, verbal signs, semiotics, branding, marketing communication*