



## ABSTRAK

### ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN DAIHATSU GRAN MAX PADA POSTINGAN INSTAGRAM @DAIHATSUIND

Adhyaksa Surya Pradana  
5191711012

Pesatnya perkembangan teknologi di era digital membuat media sosial, seperti Instagram, menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Akun @daihatsuind di Instagram digunakan untuk membagikan informasi produk Daihatsu, termasuk Grand Max. Konten-konten tersebut memuat keunggulan produk, sehingga menarik perhatian peneliti untuk meneliti postingan pada akun tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap konten Instagram @daihatsuind dalam memanfaatkan teknologi canggih. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan dokumentasi. Data dikumpulkan melalui purposive sampling dan dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk melihat minat masyarakat terhadap Daihatsu Grand Max melalui tanda denotasi, konotasi, dan mitos pada konten tersebut. Analisis semiotika terhadap dua postingan Instagram @daihatsuind menunjukkan bahwa postingan pertama memanfaatkan Hari Buruh untuk membangun hubungan emosional dengan pekerja melalui simbol ketangguhan dan nasionalisme, sementara postingan kedua menekankan kemudahan layanan service mobile sekaligus membentuk citra perusahaan yang modern, peduli, dan berorientasi pada pelanggan.

**Kata Kunci:** Grand Max, Media Sosial, Instagram @daihatsuind, Semiotika Roland Barthes

## **ABSTRACT**

### ***A SEMIOTIC ANALYSIS OF THE DAIHATSU GRAN MAX ADVERTISEMENT ON THE INSTAGRAM ACCOUNT @DAIHATSUIND***

*Adhyaksa Surya Pradana  
5191711012*

*The rapid development of technology in the digital era has made social media platforms, such as Instagram, an integral part of people's lives. The Instagram account @daihatsuind is utilized to share information about Daihatsu products, including the Grand Max. The content on this account emphasizes the products' advantages and piqued the researcher's interest in studying the posts. This study aims to understand the public's response to the Instagram content of @daihatsuind in the context of utilizing advanced technology. The method employed in this study is descriptive qualitative research with a documentation approach. Data were collected through purposive sampling and analyzed using Roland Barthes' semiotic theory to examine public interest in the Daihatsu Grand Max through the signs of denotation, connotation, and myth in the content. A semiotic analysis of two Instagram posts from @daihatsuind reveals that the first post leverages Labor Day to establish an emotional connection with workers by employing symbols of resilience and nationalism. In contrast, the second post highlights the convenience of mobile service while simultaneously shaping the company's image as modern, caring, and customer-oriented.*

**Keywords:** *Grand Max, Social Media, Instagram @daihatsuind, Roland Barthes's Semiotic*