

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konten meme pada akun TikTok Tokopedia menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Latar belakang penelitian ini adalah pemanfaatan media sosial oleh perusahaan e-commerce untuk berinteraksi dengan konsumen secara kreatif dan efisien. Masalah yang diteliti adalah bagaimana konten meme pada akun TikTok Tokopedia menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang berfokus pada penggambaran fenomena secara rinci dan sistematis. Analisis dilakukan terhadap dua tingkat makna dalam konten meme: denotasi dan konotasi, serta satu sistem tanda ketiga yaitu mitos. Teori yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes yang mengeksplorasi makna literal, asosiasi yang lebih dalam, dan mitos yang terbentuk dari tanda-tanda tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tokopedia menggunakan simbol visual dan naratif untuk memperkuat identitas mereknya dan menyampaikan pesan-pesan terkait efisiensi dan modernitas. Mitos yang tercipta dari konten meme Tokopedia mencerminkan merek sebagai bagian dari gaya hidup dinamis dan modern yang menawarkan solusi belanja yang cerdas dan menyenangkan. Kesimpulan dari penelitian ini menyoroti pentingnya analisis semiotika dalam memahami bagaimana tanda dan simbol dapat digunakan secara efektif dalam komunikasi pemasaran digital untuk membangun narasi yang kuat dan mempengaruhi persepsi audiens.

Kata Kunci : Semiotika Roland Barthes, konten meme, Tokopedia, TikTok, komunikasi pemasaran digital