

## ABSTRAK

Dunia pemasaran telah diubah oleh era digitalisasi, dengan perusahaan menggunakan alat, platform, dan strategi baru untuk berinteraksi dengan audiens target mereka. Pemasar dapat meningkatkan kemungkinan konversi dan kepuasan pelanggan melalui penyediaan konten dan penawaran yang disesuaikan dengan preferensi pengguna, yang merupakan salah satu dampak pemasaran digital yang dapat bersifat positif dan transformative. McDonald's, salah satu perusahaan FnB terkemuka di dunia, melakukannya. Mereka menyadari bahwa pelanggan saat ini banyak berinteraksi dengan media digital, sehingga branding yang ditampilkan di media sosial memengaruhi keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, ada istilah "kelezatan visual" dalam pemasaran digital FnB, yang mengacu pada cara hidangan disajikan dan diatur untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan pengalaman makan mereka secara keseluruhan.

Iklan McDonald's memiliki pesan yang kuat, terutama dalam sudut pandang semiotika yang mempelajari representasi pesan dalam tanda. Iklan yang mengandung konten menu ayam pedas di akun Instagram mcdonalds.id adalah subjek studi kasus penelitian ini. Peneliti ingin melihat makna yang tersirat dalam iklan yang menggambarkan kelezatan secara visual dan menjelaskan bagaimana tanda dapat memengaruhi persepsi penonton. Paradigma penelitian yang dilakukan merupakan paradigma konstruktivisme yang bertujuan untuk memahami serta menganalisis bagaimana sebuah konten promosi bisnis kuliner menyajikan informasi yang berbentuk audio visual yang disertai dengan cerita pendek menggunakan unsur emosional sebagai Teknik persuasive terhadap konsumen. Dengan menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes, penelitian ini bersifat interpretative. Ini akan memeriksa sinyal dalam pesan menggunakan paradigma ini. Menelaah status kumpulan individu, benda, lingkungan, atau kejadian dilakukan melalui teknik deskriptif.

*Kata kunci : Mcdonald's, Semiotika, Roland Barthes*

## ABSTRACT

The world of marketing has been transformed by the era of digitalization, with companies using new tools, platforms and strategies to interact with their target audiences. Marketers can increase the likelihood of conversion and customer satisfaction by providing content and offers tailored to user preferences, which is one of the impacts of digital marketing that can be positive and transformative. McDonald's, one of the world's leading FnB companies, did just that. They realized that customers today interact a lot with digital media, so the branding displayed on social media influences their purchasing decisions. Hence, there is the term "visual delicacy" in FnB digital marketing, which refers to the way dishes are presented and arranged to catch customers' attention and enhance their overall dining experience.

McDonald's advertisements have strong messages, especially in the semiotic point of view that studies the representation of messages in signs. Ads containing spicy chicken menu content on the mcdonalds.id Instagram account are the subject of this research case study. Researchers want to see the meaning implied in advertisements that visually depict delicacy and explain how signs can influence audience perceptions. The approach used to support this research uses the semiotic paradigm of the Roland Barthes model. Through this model, it will analyze the signs in a message. By using Roland Barthes' semiotic analysis model, this research is descriptive and qualitative. It will examine the signals in the message using this paradigm. Examining the status of a collection of individuals, things, environments, or events is done through descriptive techniques.

Keywords: McDonald's, Semiotics, Roland Barthes