

Analisis Semiotika Bobon Santoso Sebagai Chef Rakyat Indonesia di TikTok

Novita Fitri Wijayanti¹⁾, Poppy Febriana²⁾

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze visual signs in Bobonsantoso's TikTok content with his image as the "Chef of the Indonesian People" using Peirce's visual semiotic theory with elements of signifiers, objects, and interpretants. Qualitative methods with a visual semiotic approach, data were obtained from three categories of Bobonsantoso's TikTok content in 2024: cooking with politicians, cooking while sharing, and cooking in the archipelago, with one highest content as the object of analysis. The results of the study show that Bobonsantoso is consistent in displaying his visual symbols such as traditional clothing, supporting properties, and a populist attitude. These elements shape Bobonsantoso's image as a figure who is popular and respects cultural values. Therefore, content on social media plays an important role in shaping public perception.*

Keywords - *Visual Semiotics; TikTok; Charles Sanders Peirce; Bobonsantoso*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan menganalisis tanda visual di dalam konten TikTok Bobonsantoso dengan citra dirinya sebagai "Chef Rakyat Indonesia" dengan teori semiotika visual Peirce dengan elemen penanda, objek, dan interpretan. Metode kualitatif dengan pendekatan semiotika visual data didapat dari tiga kategori konten TikTok Bobon pada tahun 2024, yaitu memasak dengan politisi, memasak sambil berbagi, dan memasak di Nusantara dengan satu konten tertinggi sebagai objek yang dianalisis. Hasil penelitian ialah Bobonsantoso konsisten dalam memperlihatkan simbol visualnya seperti pakaian adat, properti penunjang dan sikap yang merakyat. Elemen inilah yang membentuk Bobon terbentuk citra sebagai figur yang merakyat dan menghargai nilai kebudayaan. Oleh karena itu, konten di media sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi publik.*

Kata Kunci - *Semiotika Visual; TikTok; Charles Sanders Peirce; Bobonsantoso*

I. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi informasi, media sosial dapat kita gunakan sebagai alat untuk membangun sebuah citra publik seseorang baik positif maupun negatif. Citra publik dapat diartikan seperti pendapat atau persepsi yang terbentuk dari masyarakat oleh individu tersebut. Hal ini bisa saja terbentuk karena dibangun dengan sengaja atau tidak sengaja melalui tindakan, penampilan, ekspresi wajah sesuai dengan apa yang ditampilkan di ruang publik. Seiring pesatnya perkembangan teknologi dan informasi membuat perangkat digital semakin banyak digunakan karena memiliki banyak manfaat salah satunya adalah mempermudah aktivitas manusia dalam memenuhi kebutuhan [1]. Media sosial juga dapat memberikan perubahan tatanan dalam berkomunikasi di dalam masyarakat hingga menciptakan komunikasi tak terbatas jarak, ruang, dan waktu tanpa harus bertemu secara langsung [2] mulai dari Instagram, TikTok, Twitter dan masih banyak lagi. Konten media sosial memiliki kekuatan yang dapat membentuk opini, sikap hingga perilaku masyarakat umum dan komunitas [3].

Media sosial menjadi peran penting sekaligus wadah untuk membentuk citra publik seseorang. Citra publik dibangun melalui personal branding yang dibentuk dari media sosial. Dapat dilihat dari bagaimana proses penyampaian pesan komunikasi nonverbal melalui media visual sebagai objek yang dapat dilihat [4], serta postingan kontennya yang berkualitas, hingga membuat orang mudah tertarik dan pastinya sering berinteraksi dengan audiens memiliki sikap yang interaktif. Kelancaran untuk memproduksi konten dapat membentuk ruang tersendiri untuk para konten kreator media sosial yang digunakan dalam bentuk pengakuan diri, meluapkan semua yang dirasa, menjadikannya buku harian bahkan tempat untuk memenuhi dukungan emosional pribadi [5]. Citra publik dan personal branding mempunyai hubungan yang erat dan sama-sama mempengaruhi. Personal branding yang dilakukan secara konsisten pasti akan membentuk citra publik yang kuat. Proses seperti ini, layaknya menanam benih (personal branding) yang nantinya akan tumbuh menjadi pohon yang dilihat orang (citra publik). Jika personal branding dan citra publik seseorang dijaga dengan baik, maka keduanya akan membuahkan hasil yang baik pula reputasi keduanya akan berdampak pada jangka panjang yang bernilai positif dan berpengaruh di mata publik. Contoh sederhananya adalah mempromosikan diri sendiri meningkatkan personal branding. Menurut Kaplan & Haenlein (2010) solusi terbaik untuk mempromosikan diri mengangkat personal branding sebagai merek tetapi dengan langkah yang hemat biaya ialah melalui media sosial [6].

Media sosial ialah wadah komunikasi yang berguna untuk saling berinteraksi, berkolaborasi, sharing dan representasi diri [7]. Media sosial adalah Alat komunikasi antar individu dalam jejaring sosial, berkontribusi, saling memberi informasi, serta bentuk representasi atau pemberlakuan [8]. Pada tahun 2018, dalam penelitian We Are Social dan Hootsuite menjelaskan bahwa jumlah pengguna aktif media sosial Masyarakat Indonesia mencapai 130 juta. Media sosial digunakan aktif di berbagai platform seperti Instagram, Twitter, Whatsapp, dan TikTok. Berdasarkan survei pada tahun 2018, pihak Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa sebanyak 171,1 juta penduduk Indonesia yang menggunakan internet mengalami peningkatan sebesar 27,9 juta daripada tahun lalu yaitu 143,2 juta. Pada tahun 2019-2020 pengguna internet penduduk Indonesia mengalami peningkatan yaitu 196,71 juta dari total keseluruhan penduduk Indonesia 266,91 juta [9]. Oleh karena itu, dari berbagai kalangan tiap seseorang memanfaatkan media sosial dengan bijak untuk kegiatan personal brandingnya hingga menjadikannya pekerjaan utama hingga memperoleh penghasilan [10]. Salah satunya adalah aplikasi TikTok. TikTok salah satu platform media sosial, yang seringkali diakses [11].

TikTok adalah sebuah platform media yang menyajikan berbagai video singkat seperti musik atau beragam konten tergantung penggunaannya [12]. Menurut Agustina peningkatan penggunaan TikTok sebesar 38,7% sedangkan menurut datareportal, Platform ini menempati peringkat keempat media sosial, dengan rata-rata 13,8 jam per bulan [11]. TikTok semakin berkembang dengan hadirnya para konten kreator yang terus memunculkan ide kreatifnya untuk menyajikan konten-konten yang menarik. Konten yang menarik sangat disukai oleh pengguna TikTok seperti konten Eksperimen, Challenge, Edukasi hingga konten memasak pun tersedia. Al-Ries (1982) dan Boush (1991) berpendapat sejarah personal branding tiap individu berbeda. Hal itulah yang menyebabkan tiap orang mempunyai keunikan dan ciri tersendiri yang tidak sama pula (Rangkuti, 2013:5). Pada konteks ini, citra diri mempunyai aspek penting dalam bermedia sosial melalui berbagai elemen visual yang digunakan oleh banyak konten kreator. Citra tidak bisa dibentuk secara instan, melainkan dengan beberapa tahap narasi visual yang konsisten dengan apa yang ia tampilkan tiap kontennya.

Seperti salah satunya akun @bobonsantoso adalah seorang konten kreator TikTok di bidang kuliner yang dikenal dengan sebutan “Chef Rakyat Indonesia Memasak Bagimu Negeri”. Bobonsantoso mulai bergabung di TikTok pada tanggal 13 Oktober 2020 hingga saat ini ia masih aktif mengupload konten. Popularitas Bobonsantoso semakin meningkat semenjak ia mengubah nama identitasnya menjadi “chef rakyat Indonesia”. Akun @bobonsantoso memiliki jumlah followers sebanyak 6,6 juta dan likes sebanyak 84,3 juta dengan tayangan konten yang mencapai 50 juta views. Bobonsantoso memiliki ciri khas daripada para konten kreator lainnya. Bobon menunjukkan dirinya sebagai Chef untuk Rakyat Indonesia tidak hanya semata ingin mencari perhatian publik dengan bakat skill memasaknya tetapi Bobon dengan hati nurani yang ikhlas menginginkan agar semua rakyat Indonesia berada dalam keadaan perut yang kenyang.



Gambar 1. Bobonsantoso berfoto dengan latar belakang panci berukuran dua meter
Sumber : Foto Profil Akun Youtube Bobonsantoso

Bobonsantoso menampilkan konten memasak yang berbeda dari para kreator lainnya. Ia dikenal sebagai Chef Rakyat Indonesia karena memasak dengan porsi yang besar menggunakan sebuah panci unik, berbeda dari panci pada umumnya. Bobon memiliki tiga hingga tujuh panci berukuran dua meter untuk konten memasaknya. Dalam kontennya, Bobonsantoso sering memasak dalam porsi besar, seperti memasak martabak Nutella sepanjang dua meter, Dua ratus–Tiga ratus kg daging sapi, Seribu porsi mie bancir khas Banjar, serta membuat pasta terbesar Se-Indonesia bersama La Fonte. Chef Bobon tidak membedakan soal agama, ras dan suku tetapi Chef Bobon dengan senantiasa merangkul semua rakyat Indonesia untuk mengenyangkan perut mereka. Bobonsantoso juga membagi konten

memasaknya ke dalam beberapa kategori yang memperkuat citranya sebagai “Chef Rakyat Indonesia”. Peneliti mengambil tiga kategori dari konten memasaknya Bobonsantoso, yaitu:

1. Masak dengan Politisi

Konten yang diambil peneliti adalah konten memasak dengan Prabowo. Konten tersebut memiliki jumlah tayangan sebanyak 28.7 Juta dengan jumlah like sebanyak 2,5 Juta. Bobonsantoso, seorang kreator kuliner terkenal, berkolaborasi dengan politisi dalam rangka memasak besar untuk rakyat. Dalam konten ini, Bobon dan para tokoh politik turun langsung ke lapangan untuk memasak. Dengan gaya khasnya yang penuh aksi dan semangat, Bobon mengajak tokoh politisi untuk menunjukkan sisi lain mereka dengan memasak hingga menyajikan hidangan kepada rakyat. Mereka bukan hanya sebagai pemimpin, tetapi juga sebagai sosok yang dekat dengan rakyat melalui masakan. Hal ini tidak hanya sebagai hiburan, tetapi merupakan hubungan kedekatan antara pemimpin dan masyarakat. Konten ini dipublish pada tanggal 05 Januari 2024. Peneliti memilih konten ini, berdasarkan jumlah view dan like terbanyak yaitu dengan total 30 juta view dan like sebanyak 2,5 juta.

2. Masak dan Berbagi Sesama

Konten yang diambil peneliti adalah tema konten Bobon memasak dalam porsi besar lalu membagikannya kepada Masyarakat. Konten tersebut memiliki jumlah tayangan sebanyak 5,7 Juta dengan jumlah like sebanyak 561,4 Ribu. Bobonsantoso menyajikan berbagai konten yang menarik seperti memasak dalam porsi besar dan membagikannya langsung kepada masyarakat. Dengan gaya khasnya yang penuh aksi dan humor, Bobon tidak hanya menyajikan hidangan lezat dan sehat tetapi juga menyebarkan semangat kepedulian dengan tidak membedakan dalam hal keagamaan ataupun adat istiadat, Konten ini menunjukkan bagaimana makanan bisa menjadi jembatan untuk berbagi kebahagiaan, mendekatkan diri dengan rakyat, dan menginspirasi banyak orang untuk saling membantu. Konten ini dipublish pada tanggal 01 Juli 2024. Peneliti memilih konten ini, berdasarkan jumlah view dan like terbanyak yaitu dengan total 5,7 juta view dan like sebanyak 561,7 rb.

3. Masak di Nusantara

Konten yang diambil peneliti adalah tema konten Bobon memasak dalam porsi besar di berbagai daerah. Konten tersebut memiliki jumlah tayangan sebanyak 49.7 Juta dengan jumlah like sebanyak 2,6 Juta. Bobonsantoso menghadirkan berbagai konten Memasak dengan Rakyat Nusantara, menjelajahi Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Dalam perjalanan ini, Bobon berinteraksi langsung dengan masyarakat dari berbagai daerah, memasak bersama mereka menciptakan suasana bahagia. Dengan gaya khasnya yang penuh aksi dan humor, ia tidak hanya menyajikan hidangannya tetapi juga menggali cerita budaya dan kearifan lokal di balik setiap daerah yang ia kunjungi. Konten ini memperlihatkan keberagaman rasa dan kehangatan beragam rakyat Indonesia. Konten ini dipublish pada tanggal 10 Februari 2024. Peneliti memilih konten ini, berdasarkan jumlah view dan like terbanyak yaitu dengan total 51,2 juta view dan like sebanyak 2,7 juta.

Ketiga kategori konten ini, secara tidak langsung dapat memperkuat citra Bobonsantoso yang tidak hanya ahli dalam memasak, tetapi ia juga mempunyai misi sosial dan semangat kebangsaan yang tinggi. Bobonsantoso dalam video unggahannya, juga menyebut dirinya sebagai Chef Rakyat Indonesia, seperti pada salah satu kontennya yang diupload bertepatan dengan hari kemerdekaan Indonesia. Dalam video tersebut, Bobon mengatakan “Dirgahayu Indonesia! Sebelumnya gw pernah nonton salah satu video random yang lewat di FYP gw, gw Bobon Santoso yang dikenal sebagai Chef Rakyat Indonesia dan gw sangat relate dengan cerita pak dirga”. Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurlailin (2024) dengan judul “Komunikasi Visual dalam Merepresentasikan Citra Diri Difabel di TikTok pada Akun @Jennifernatalie_ (Perspektif Charles Sanders Peirce)”. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui observasi dan teori Semiotika Peirce. Fokus penelitian ini bagaimana seorang difabel menunjukkan dirinya melalui komunikasi visual di TikTok dan citra dibentuk dan direpresentasikan melalui persepektif Semiotika Peirce [13].

Penelitian terdahulu lainnya yang dilakukan oleh RatihMelisaKapitan, Petrus Ana Andung dan Roky Konstantin Ara (2023) dengan judul “Komunikasi Visual Melalui Instagram Sebagai Media Promosi”. Analisis konten visual promosi Instagram dengan fokus penelitian pemaknaan visual pada konten promosi sehingga dapat membentuk komunikasi yang menarik dan persuasif bagi audiens [14].

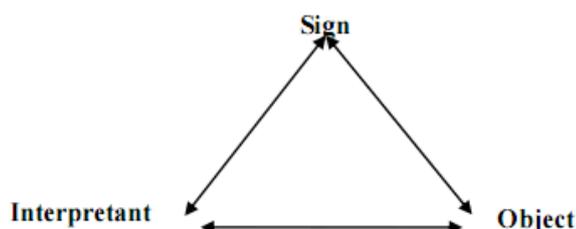
Penelitian terdahulu yang lainnya dilakukan oleh Musliadi, Raden Firdaus Wahyudi dan Muhlis (2025) dengan judul “Bahasa Visual dalam Iklan Digital: Studi Semiotika pada Platform Media Sosial”. Dalam menganalisis, peneliti menggunakan teori Semiotika Peirce sebagai acuan untuk menganalisis elemen visual pada iklan digital dalam konteks promosi di berbagai platform media sosial [15].

Dari ketiga penelitian terdahulu diatas, terdapat perbedaan yang beragam meskipun menggunakan teori penelitian yang sama yakni Semiotika. Perbedaan yang beragam tersebut meliputi objek yang dipakai dan fokus penelitian yang berbeda. Penelitian sebelumnya hanya berfokus pada analisis ekspresi seorang difabel dan visual konten promosi. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada makna visual dalam video memasak dengan budaya lokal yang belum pernah dikaji dalam ketiga penelitian terdahulu.

Rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana tanda visual konten TikTok Bobonsantoso dimaknai secara semiotika Peirce dalam membentuk citranya sebagai “Chef Rakyat Indonesia”.

Penelitian ini akan menggunakan teori Semiotika Visual dari Carles Sanders Pierce (1839-1914). Semiotika Visual adalah suatu pemeriksaan dari berbagai jenis makna yang dapat disampaikan dalam indra penglihatan (visual senses). Jika kita mengerti akan makna semiotika visual tidak terhitung dalam konsep seni rupa seperti seni ukir, seni patung yang hanya semata mata, namun, semua tanda adalah tanda visual [16]. Pierce ialah ahli semiotika yang mengacu membahas produk tanda. Tanda yang berbentuk visual ataupun nonvisual adalah bagian dari pembahasan semiotika [17].

Oleh karena itu, memiliki peran, penting dalam menyampaikan makna dan informasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Peneliti menggunakan metode semiotika visual (Carles Sanders Pierce) dalam buku Handbook of Visual Communication. Yang dimana Pierce membaginya kedalam tiga konsep utama dalam segitiga semiotika sebagai berikut :



Gambar 2. Segitiga model tanda Priece
Sumber: Buku Handbook of Visual Communication

1. Penanda

Apapun yang mewakili sesuatu yang lain. Bentuk dimana konten diekspresikan kata, bunyi, gambar, bau atau isyarat.

2. Objek atau referen

Apa yang dirujuk oleh tanda. Ini bisa berupa sesuatu yang nyata, konsep, peristiwa, atau gagasan.

3. Pikiran atau interpretan

Unsur yang membantu pengguna penerima tanda untuk memahami dan menafsirkan makna tanda.

Semiotika terdiri dari bermacam objek, peristiwa serta keseluruhan aspek budaya itu adalah bagian dari tanda. Semiotika meliputi tanda visual, verbal, dan taktil dan olfaktorik yang dimana dapat diakses dan diterima oleh berbagai Indera manusia [18]. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten Bobonsantoso sebagai “Chef Rakyat Indonesia” di TikTok.

II. METODE

Jenis Penelitian ini adalah kualitatif dengan metode semiotika visual Charles Sanders Peirce. Metode Semiotika Visual Pierce ini digunakan peneliti untuk menyelidiki bagaimana komponen elemen visual semiotika dalam konten TikTok, seperti tindakan yang ia lakukan, gaya berpakaian, hingga skill memasak yang ia miliki sehingga dapat berinteraksi langsung dengan audiens dari berbagai daerah untuk membentuk persepsi dan sikap masyarakat yang berbeda-beda [19]. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah observasi pada akun TikTok @bobonsantoso. Teknik ini digunakan untuk observasi seksama terhadap latar belakang yang sesuai. Observasi dianggap pengamatan murni, karena prosesnya tidak mengubah konteks pengamatan yang ada atau bisa disebut data alami [20]. Peneliti menggunakan Teknik analisis data semiotika visual Charles Sanders Peirce, dengan memiliki tiga elemen utama yaitu Penanda (sign), Objek (Object) dan Interpretan (Interpretant), yang dimana elemen tersebut digunakan untuk menafsirkan bagaimana elemen visual dapat bekerja sama dalam membentuk citra Bobonsantoso sebagai sosok publik figur kuliner yang memiliki rasa peduli yang tinggi dengan rakyat dan menghargai tiap budaya lokal di berbagai daerah.

Peneliti mengambil sampel dari konten Bobonsantoso pada tahun 2024 yang berjumlah 154 unggahan dan mengambil tiga video yang berfokus pada tema Chef Rakyat Indonesia. Dalam akun TikToknya terdapat tiga kategori tema memasak pada tahun 2024 yaitu memasak dengan politisi, memasak sambil berbagi, dan memasak dengan rakyat Nusantara. Dari ketiga kategori konten diatas, peneliti mengambil satu video dari tiap kategori untuk dianalisis berdasarkan jumlah view dan like terbanyak.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Berdasarkan data penelitian, maka peneliti akan menganalisis tiga video yang terdapat pada akun @bobonsantoso menggunakan visual semiotika Pierce. Menurut Pierce terdapat tiga konsep elemen penting yakni penanda, objek dan interpretan. Elemen penting tersebut berguna untuk mengetahui makna melalui tanda ketika berkomunikasi [21]. Berikut adalah beberapa video yang akan dikaitkan dengan pendekatan semiotika visual Pierce.

1. Masak dengan Politisi

Tabel 1. Data Bobonsantoso Video Masak dengan Politisi

Sign	Object	Interpretan
 <p>Gambar 3</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sign Symbol (Bobon menggunakan tali pinggang dan blangkon bermotif batik) - Sign index (Tulisan “Rawa malang” menunjukkan keberadaan tempat atau wilayah) - Sign Symbol tersebut termasuk Legisign (Blangkon batik menandakan ciri khas negara Indonesia) - Sign index tersebut termasuk Sinsign (kata “Rawa malang” menunjukkan daerah yang dijadikan Bobon untuk memasak) 	<p>Bobonsantoso berkomunikasi dengan warga kemudian melontarkan pertanyaan “kampung mana?” lalu warga menjawab “Rawa Malang!”</p>	<p>Pada scene ini, Bobonsantoso memulai pembukaan kontennya dengan menyapa warga yang ada di belakangnya dengan memberikan sapaan berupa pertanyaan “kampung mana?” lalu warga menjawab “Rawa Malang!”. Warga menjawab dengan spontan dan penuh semangat. Hal ini menunjukkan bahwa warga Rawa Malang sangat antusias menyaksikan acara masak Bobonsantoso. Dengan ini, Bobon telah mendapat nilai positif dimata Masyarakat. Dengan semangat yang tinggi Bobon siap memasak dan menjelajahi di berbagai daerah lainnya dengan mewujudkan niat baiknya yaitu berbagi bersama sampai menuju Indonesia kenyang.</p>



Gambar 4

- Sign index (cuaca hujan membuat bahan masakan Bobon basah)
- Sign index tersebut termasuk sinsign (makanan basah pertanda cuaca hujan)

Bobonsantoso menggunakan tutup box styrofoam sembari memegang bahan masakannya.

Dalam scene tersebut, Bobonsantoso mengucapkan kalimat “walaupun begitu”. Hal ini menunjukkan meskipun cuaca tidak begitu bagus, tetapi semangat dari Bobonsantoso tidak akan pudar, ia terlihat semangat dan professional dalam menjalankan misi masak besarnya. Bobon terlihat sedang menggunakan tutup box styrofoam untuk meneduhi dirinya sembari mengecek kualitas bahan masakannya. Menurutnya, Apapun tantangan dan kondisinya akan tetap ia jalankan sesuai rencana dengan harapan sehingga tidak menimbulkan kekecewaan bagi Masyarakat. Karena baginya, memasak sekaligus berbagi adalah suatu kebahagiaan tersendiri yang tidak ada takarannya.



Gambar 5

- Sign Symbol (Bobon memakai blangkon dan tali pinggang bermotif batik)
- Sign symbol termasuk Legisign (Blangkon batik menandakan ciri khas negara Indonesia)

Bobonsantoso menuangkan bahan masakan dengan wajah penuh semangat dengan tulisan “1000 sampai 1200 porsi”

Pada scene ini, terlihat wajah Bobonsantoso sangat bersemangat dan antusias yang tinggi dalam proses memasaknya menunjukkan rasa kegembiraan. Bobon juga tampak mengenakan pakaian tradisional yang dimana hal ini menunjukkan rasa kemasyarakatan dan memperkuat identitasnya sebagai “Chef Rakyat Indonesia” yang melekat dengan budaya dan kearifan lokal di Indonesia. Dengan semangat, Bobon mengucapkan “1000 sampai 1200 porsi” dalam hal ini, Bobon akan memasak dengan jumlah yang banyak yaitu seribu hingga seribu dua ratus porsi yang kemudian akan dibagikan kepada warga setempat. Memasak dengan porsi banyak itulah salah satu ciri khas dari seorang Bobonsantoso dengan menggunakan pancinya yang berukuran dua meter tersebut. Oleh karena itu, Bobon sangat mudah dikenali sebagai “Chef Rakyat Indonesia”.



Calon Presiden 02 Prabowo Subianto menuangkan bumbu masakan Bobonsantoso

Pada scene tersebut, tampak calon Presiden 02 Prabowo ikut serta dalam acara memasak Bobonsantoso. Dapat diartikan bahwa Bobonsantoso telah memilih calon Presiden 02 ini sebagai bentuk keikutsertaan dalam acara memasaknya. Sikap merakyat dan kebersamaan calon presiden 02 ini menarik perhatian masyarakat. Oleh karena itu Bobonsantoso ingin menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki anak-anak kreatif dan inovatif untuk memajukan cinta tanah air dan demokrasi yang berjalan terus

Gambar 6

- Sign symbol (Calon Presiden 02 menuangkan bumbu ke masakannya Bobon)
- Sign symbol tersebut termasuk Sinsign (Calon presiden 02 menunjukkan bahwa sedang melakukan kegiatan memasak)



Prabowo mencicipi masakan Bobonsantoso dan mengucapkan "Gak kalah dengan restoran"

Pada scene tersebut, Prabowo berkeinginan untuk mencicipi masakan dari Bobon. Hal ini menunjukkan bahwa Prabowo merasa bangga dengan Chef Bobon hingga diakui bahwa masakannya "gak kalah dengan restoran".

Gambar 7. Inti

- Sign symbol 1 (Bobon mengenakan blangkon motif batik dan itu merupakan ciri khas negara Indonesia)
- Sign symbol 2 (Calon presiden 02 mencicipi hasil masakan Bobon)

- Sign symbol 1 termasuk Legisign (Blangkon batik menandakan ciri khas negara Indonesia)
- Sign symbol 2 termasuk Qualisign (Calon presiden 02 mencicipi masakan Bobon dengan penuh bangga)



Gambar 8

- Sign symbol (Bobon mengenakan blangkon batik menandakan ciri khas negara Indonesia)
- Sign index (Bobon menundukkan badan meraih tangan calon presiden 02)
- Sign symbol termasuk Legisign (Blangkon batik menandakan ciri khas negara Indonesia)
- Sign index (badan Bobon membungkuk pertanda berjabat tangan dengan calon presiden 02)

Prabowo dan Bobonsantoso berjabat tangan.

Bobonsantoso merasa bangga karena masakannya diakui enak dimata Prabowo. Dan bobon berterimakasih kepada Prabowo telah diizinkan untuk membagikan makananya kepada Masyarakat. Hal ini merupakan suatu penghargaan yang diberikan oleh Prabowo kepada Bobonsantoso. Dengan ini, Bobonsantoso secara tidak langsung memberikan contoh kepada masyarakat.



Gambar 9

Bobon menunjukkan angka dua ke kamera.

Pada scene tersebut, terlihat pada akhir acara Bobon menunjukkan dua jarinya ke kamera. Dalam hal ini, Bobon mengingatkan kepada warga media sosial agar tidak golput saat pemilu nanti. Tanpa disadari, Bobon telah memberikan dukungan kepada calon kosong dua.

- Sign symbol (dua jari Bobon adalah bentuk dari angka dua)
- Sign symbol tersebut termasuk Lesign (yang dimana angka 2 terlihat seperti pada gambar)

2. Masak dan Berbagi Sesama

Tabel 2. Data Video Bobonsantoso Masak dan Berbagi

Sign	Object	Interpretan
	Bobonsantoso berbagi makanan	Pada scene tersebut, terlihat Bobonsantoso mengenakan topi adat daerah melambangkan suatu identitas seorang “Chef Rakyat Indonesia”. Bobon akan mengenakan pakaian ataupun aksesoris yang ada pada daerah tersebut untuk ia gunakan Ketika memasak. Bobonsantoso memasak dengan porsi besar menggunakan panci berukuran dua meter kemudian akan dibagikan ke masyarakat. Banyak warga yang mengantri untuk mendapatkan makanan Bobon mulai dari anak kecil hingga dewasa.

Gambar 10

- Sign symbol 1 (Bobon mengenakan topi salah satu suku di Indonesia)
- Sign symbol 2 (panci berukuran dua meter)
- Sign symbol 1 termasuk Legisign (Topi suku tersebut merupakan bagian dari negara Indonesia)
- Sign symbol 2 termasuk Legisign (panci dua meter tersebut digunakan untuk memasak porsi besarnya Bobon)



Menuangkan potongan ayam berbumbu.

Pada scene tersebut, terlihat Bobon menuangkan tiga potongan ayam berbumbu. Hal tersebut melambangkan bahwa Bobon adalah seorang yang dermawan. Memberikan potongan ayam lebih dari satu. Itulah tujuan dari Bobonsantoso untuk berbagi sesama sesuai misinya dalam memasak dengan porsi besar untuk mengenyangkan perut Masyarakat dari sabang sampai Merauke.

Gambar 11

- Sign icon (gambar tersebut adalah wujud dari bentuk asli potongan ayam)
- Sign icon tersebut termasuk Qualisign (potongan ayam dengan kuah yang berlimpah)



Seorang ibu ibu memberikan Bobon tanda jempol.

Pada scene tersebut, terlihat seorang ibu ibu yang telah mengantri untuk mendapatkan makanan dari Bobon. Ibu tersebut tampak senang oleh karena itu ia mengutarakannya dengan ibu jari yang berbentuk jempol. Hal itu merupakan bentuk ucapan terimakasih kepada Bobonsantoso karena telah memberikan sebuah makanan gratis kepada masyarakat.

Gambar 12

- Sign symbol (Ibu tersebut memberikan jempol kepada Bobon)
- Sign symbol tersebut termasuk Lesign (tangan jempol memberi maksud masakan Bobon enak)



Gambar 13

- Sign symbol (lima jari merupakan tanda bahwa sedang melambaikan tangan)
- Sign symbol tersebut termasuk lesign (lima jari yang ditunjukkan melambangkan perpisahan)

Bobonsantoso melambaikan tangan ke kamera.

Pada scene tersebut, di akhir konten Bobonsantoso melambaikan tangannya dan menunjukkan dirinya sedang dalam perjalanan dengan mengendarai sebuah mobil pick up dengan membawa panci dua meternya tersebut. hal ini merupakan bukan akhir dari perjalanan memasak Bobon, tetapi Bobon akan terus berjalan dan menjelajahi di berbagai daerah untuk misi memasaknya dengan semangat dan pantang menyerah.

3. Masak di Nusantara

Tabel 3. Data Video Bobonsantoso Masak di Nusantara

Sign	Object	Interpretan
<p>Gambar 14</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sign symbol 1 (Topi yang digunakan Bobon adalah topi suku Papua) - Sign symbol 2 (seragam TNI Indonesia adalah loreng) - Sign symbol 1 termasuk Lesign (yang dimana topi itu adalah identitas dari Masyarakat Papua) - Sign symbol 2 termasuk Lesign (seragam TNI tersebut juga 	<p>Bobonsantoso membagikan makanannya kepada masyarakat.</p>	<p>Pada scene tersebut, Bobonsantoso Tengah memasak di Negara Papua dengan memakai topi asal suku daerah Papua. Disaat Bobonsantoso menuangkan makanan ke piring warga, terlihat seorang aparat negara yang berjaga sambil merekam momen membahagiakan itu seolah olah ingin mengabadikan momen kebersamaan tersebut. partisipasi aparat ini bertujuan untuk ikut serta dalam menjaga perdamaian masyarakat yang menerima makanan gratis dari Bobonsantoso. Dalam hal ini, rasa kehangatan dan kebersamaan akan timbul guna mempererat tali persaudaraan.</p>

merupakan identitas yang ditetapkan oleh Negara Indonesia)



Bobonsantoso memberikan makanannya kepada warga anak kecil

Pada scene tersebut, terlihat Bobon sedang memberikan makanannya kepada anak kecil dengan memakai topi suku Papua. Anak kecil tersebut menerima makanan itu dengan senyuman kecil di wajahnya. Tetapi, dibalik itu terdapat rasa yang mengganjal. Tanpa disadari Bobonsantoso meminta maaf kepadanya karena memberikan makanan menggunakan tangan kiri. Bukan berarti hal ini buruk, tetapi di Indonesia memiliki adab dan perilaku yang harus dijunjung tinggi dimana dalam memberikan barang sebaiknya menggunakan tangan kanan supaya terlihat sopan.

Gambar 15

- Sign symbol 1 (Topi yang digunakan Bobon adalah topi suku Papua)
- Sign symbol 2 (seragam TNI Indonesia adalah loreng)
- Sign symbol 1 termasuk Lesign (yang dimana topi itu adalah identitas dari Masyarakat Papua)
- Sign symbol 2 termasuk Lesign (seragam TNI tersebut juga merupakan identitas yang ditetapkan oleh Negara Indonesia)



Bobonsantoso membagikan makanan kepada warga.

Pada scene tersebut, terlihat Bobonsantoso memakai topi suku Papua sambil menuangkan makanan di wadah warga Papua. Bobon menuangkannya dengan energik dan penuh kehangatan. Menyambut warga Papua dengan penuh semangat untuk memasak disana. Dalam hal memasak, Bobon tiap memberikan makanan tidak membeda bedakan besar porsi yang diberikan di tiap daerahnya. Bobon royal dalam hal memberikan makanan. Terlihat makanan yang dituangkan ke dalam wadah warga Papua begitu berlimpah. Meskipun begitu Bobon tetap membaginya secara merata ke semua Masyarakat disana.

Gambar 16

- Sign symbol (Topi yang digunakan Bobon adalah topi suku Papua)
- Sign index (proses membagikan makanan)

- Sign symbol termasuk Lesign (yang dimana topi itu adalah identitas dari Masyarakat Papua)
- Sign index termasuk sinsign (membagikan makanan pertanda terdapat suatu acara)



Gambar 17

- Sign Sign symbol (Topi yang digunakan Bobon adalah topi suku Papua)
- Sign index (proses membagikan makanan)
- Sign symbol termasuk Lesign (yang dimana topi itu adalah identitas dari Masyarakat Papua)
- Sign index termasuk sinsign (membagikan makanan pertanda terdapat suatu acara)

Bobonsantoso hendak menuangkan makanan ke wadah.

Pada scene tersebut, Bobon memakai topi suku Papua hendak menuangkan makanan ke wadah. Terlihat salah satu pihak media juga terlibat dalam acara memasak Bobon. Pihak media tersebut tidak menampilkan identitasnya dengan jelas hanya membawa sebuah kamera dengan sikap memotret mengabadikan momen tersebut. Hal ini menandakan bahwa acara memasak Bobon dihadiri oleh beragam instansi membuat rasa kebersamaan dan kehangatan menjadi satu di tanah Papua.



Gambar 18

Masyarakat Papua sedang mengantri makanan gratis.

Pada scene terakhir, Bobon memperlihatkan di balik panci dua meternya terdapat banyak orang yang sedang mengantri makanan gratis dari Bobonsantoso. Hal ini merupakan bentuk partisipasi, semangat dan rasa senang yang dimiliki oleh masyarakat Papua, karena mulai dari anak-anak hingga orang tua banyak yang mengantri dan antusias mencicipi masakan bobon. Tidak heran jika Bobonsantoso dijuluki sebagai "Chef Rakyat Indonesia" karena memiliki rasa yang merakyat dan selalu berkeinginan untuk merangkul semua masyarakat Indonesia melalui masakan yang ia sajikan.

-
- Sign symbol (salah satu identitas orang Papua adalah berkulit hitam dan berambut ikal)
 - Sign symbol tersebut termasuk Qualisign (memiliki kulit hitam tidak menutupi sifat ramah dan bersahabat orang Papua)
-

B. Pembahasan

Penyebab pesatnya perkembangan teknologi pengetahuan dan informasi ini menjadikan media sosial sebagai salah satu platform hemat biaya dalam pengembangan diri untuk meningkatkan personal branding diri sendiri. Sebutan “Chef Rakyat Indonesia” bagi Bobonsantoso tidak lagi menjadi sebutan biasa tetapi menjadi top of mind bagi para audiensnya. Berdasarkan hasil data pada tabel diatas menggunakan semiotika visual Pierce, dapat disimpulkan bahwa personal branding Bobonsantoso dengan sebutannya “Chef Rakyat Indonesia” terbentuk melalui berbagai elemen terutama elemen visual seperti warna kontras konten, pencahayaan yang digunakan, ekspresi wajah serta gestur yang ditunjukkan hingga properti yang dipakai memberikan efek visual tersendiri. Khedher (2019) berpendapat bahwa kekuatan personal branding juga harus didukung dengan elemen visual yang sesuai dengan pesan disampaikan [22]. Tidak hanya dengan elemen visual saja, tetapi dengan sikap Bobon yang sering berinteraksi dengan masyarakat dapat menciptakan suasana kedekatan yang merakyat.

Dalam hal ini, Bobon menampilkan citra yang positif sebagai “Chef Rakyat Indonesia” karena sikapnya yang merakyat dan memperdulikan kebutuhan sosial masyarakat melalui makanan gratis yang ia berikan. BobonSantoso dalam konten unggahannya pernah berkolaborasi dengan tokoh politik dalam acara memasak. Kolaborasi ini menjadi bentuk partisipasi tokoh politik dalam menunjukkan rasa kebersamaan dan kedekatan antara pemimpin dengan Masyarakat. Tanpa disadari kolaborasi ini dapat menciptakan susana baru atau berkaitan dengan adanya berkampanye melalui media sosial. Di Indonesia, penggunaan media sosial sangatlah beragam salah satunya adalah dikaitkan dengan pemanfaatan media sosial sebagai sarana kampanye politik. Pemanfaatan berkampanye melalui media sosial dapat mempengaruhi citra diri sebagai alat berkomunikasi dengan menunjukkan aksi nyatanya melalui media sosial. Dalam era politik modern yang sangat terhubung secara digital, media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi publik dan membangun citra positif bagi para politisi [23].

Dalam kegiatan tersebut, Tokoh politik tersebut juga mencicipi masakan Bobon dan memberikan pujian, dan memberikan dukungan untuk melanjutkan misi sosial acara memasaknya. Kemudian, konten Bobonsantoso memasak dan berbagi sesama dengan jumlah porsi besar misalnya dua ratus hingga tiga ratus kilogram beef sapi Bobonsantoso tidak memperhitungkannya. Ia dikenal sebagai orang yang dermawan dan sopan kepada masyarakat dalam hal berbagi dan tidak pernah memandang status dan latar belakang Masyarakat dalam hal berbagi makanan. Anak muda seperti inilah yang dibutuhkan oleh bangsa berpikir kreatif dan inovatif dan memiliki rasa kepedulian yang tinggi. Selain itu, Bobonsantoso dengan kontennya masak di Nusantara, saat memasak ia tidak lupa untuk menggunakan elemen budaya di tiap daerahnya, misalnya menggunakan topi, blangkon ataupun selempang khas daerah tertentu. Hal itu merupakan bentuk penghormatan budaya lokal yang terbentuk dalam diri Bobon. Tanpa disadari penggunaan properti khusus pada tiap acara memasaknya membuat sebuah branding dalam dirinya terbentuk. Misalnya, Bobon memakai topi suku Papua, blangkon dengan motif batik ataupun aksesoris lainnya. Dilihat dari respon dan antusias tinggi dari masyarakat, menjadikan Bobon diterima baik sebagai seseorang yang memberikan kebahagiaan dan kebersamaan melalui makanan. Ia akan tetap memasak di seluruh Indonesia dari Sabang sampai Merauke tanpa membeda-bedakannya dari ras, suku, adat, agama hingga warna kulit sekalipun. Tidak heran jika Bobonsantoso dijuluki sebagai “Chef Rakyat Indonesia” karena memiliki rasa yang selalu merakyat dan selalu berkeinginan untuk merangkul semua masyarakat Indonesia melalui masakan yang ia sajikan. Oleh karena itu, melalui semiotika visual Pierce secara konsisten Bobonsantoso memperkuat personal brandingnya melalui elemen elemen visual yang ditunjukkannya melalui simbol, interaksi serta tindakan nyata menjadikan identitasnya terbentuk hingga dikenal “Chef Rakyat Indonesia”. Bobon membangun personal brandingnya tidak hanya menjadi seorang konten kreator yang pandai memasak dengan porsi besar disamping itu ia adalah konten kreator yang memiliki rasa kepedulian sosial tinggi melalui budaya lokal dalam mensejahterakan masyarakat Indonesia.

VII. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis Semiotika Visual Charles Sanders Peirce, dapat disimpulkan bahwa Bobonsantoso terbentuk citra dan personal branding nya konsisten melalui elemen visual, interaksi sosial, dan tindakan nyata dalam kontennya. Tidak hanya ketrampilan memasaknya yang ditunjukkan melainkan menerapkan simbol kebudayaan lokal juga berpengaruh pada citra yang dibentuknya seperti (pemakaian topi adat Kalimantan, Blangkon), narasi kebangsaan dan semangat tinggi dalam berbagai makannya tanpa memandang status dan latar belakang masyarakat. Pada kategori

memasak dengan politisi, Bobon menunjukkan ketrampilannya dengan mendekati dirinya kepada calon presiden yang sedang viral pada masa kampanye yaitu calon Presiden 02 Prabowo karena lagu “oke gas”. Calon Presiden 02 menjadi identitas kampanyenya yang banyak disukai anak muda hingga menyebar ke berbagai platform khususnya TikTok. Oleh karena itu, Bobonsantoso mendekati diri kepada Prabowo dengan tujuan mendukung kontennya untuk meningkatkan citra sosialnya sebagai “Chef Rakyat Indonesia”. Disamping itu, pada kategori video berbagi, Bobonsantoso menunjukkan dengan cara menjadi seseorang yang dermawan. Hal ini ditunjukkan dengan konten Bobon yang sering memberikan makanan gratis di daerah terpencil, tidak akan kaya dalam hal pangan dan tidak memandang latar belakangnya.

Dengan ketulusan hati Bobon, perilaku baiknya diterima baik dan disambut hangat dengan masyarakat setempat. Tidak hanya itu, aparat negara juga ikut turun membantu demi kelancaran kegiatan tersebut. Dalam konten memasaknya, Bobonsantoso juga menampilkan kekhasan gaya memasak Nusantara dengan cara mengenakan properti tradisional yang sesuai dengan daerah tempat ia melakukan kegiatan memasak. Dengan keragaman geografis Indonesia yang memiliki banyak pulau membuat Bobonsantoso ingin menjelajahi di berbagai daerah mulai dari Sabang sampai Merauke untuk melakukan kegiatan memasak dan selalu menggunakan atribut daerah masing-masing. Segala bentuk cara tersebut ditunjukkan melalui elemen-elemen visual: Simbol, Indeks dan Interpretasi sebagaimana yang dijelaskan pada segitiga Semiotika Peirce. Visual yang ditunjukkannya ini tidak hanya berfokus untuk menyampaikan pesan saja, namun visual ini juga dapat membentuk persepsi publik terhadap Bobonsantoso sebagai content creator yang menginspirasi dan merakyat. Oleh karena itu, citra Bobonsantoso tidak terbentuk dari sekedar menjadi chef tetapi, dapat menjadi contoh semangat kuliner, sikap solidaritas dan mempunyai nilai kebudayaan tersendiri sehingga pantas disebut sebagai “Chef Rakyat Indonesia”.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Berkat dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga adanya penelitian ini dapat membawa manfaat dan memberikan kontribusi yang positif.

REFERENSI

- [1] M. Fajrur and P. Febriana, “Penggunaan New Media Dikalangan Orang Tua golongan Milenial Sebagai Media pengasuhan Anak,” *J. Inov. Pendidik. Guru Raudhatul Athfal*, vol. 10, no. 1, p. 26, 2022.
- [2] D. Sukmana and D. Claretta, “Analisis Semiotika Dalam Meme Politik Yang Diunggah Oleh Akun Tik Tok @bem.ui,” *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 9, no. 21, pp. 215–223, 2023, [Online]. Available: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10075171>
- [3] A. Lestari, “Pembentukan Citra melalui Instagram Millenial Baduy Luar (Studi Kualitatif Komunikasi Visual dalam Pembentukan Citra),” *J. Ilmu Siber*, vol. 1, no. 2, pp. 69–76, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.unsia.ac.id/index.php/jis/article/view/365>
- [4] D. F. Nadhira, E. Muslimin, and ..., “Strategi Pengembangan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Dakwah Oleh Akhwat Creative Project (Acp),” *J. Ilm. Hosp.*, vol. 11, no. 2, pp. 497–498, 2022.
- [5] N. A. Sandi and P. Febriana, “Sadfishing: Studi Netnografi pada Konten dengan Tagar #rumahkokkayu Di Tiktok,” *J. Komun. Glob.*, vol. 12, no. 1, pp. 30–52, 2023, doi: 10.24815/jkg.v12i1.30216.
- [6] S. Rahmah, “Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram,” *J. Interak. J. Ilmu Komun.*, vol. 5, no. 1, pp. 94–101, 2021, doi: 10.30596/interaksi.v5i1.5584.
- [7] M. Sholichah and P. Febriana, “Konstruksi Citra Diri Dalam Media Baru Melalui Aplikasi Instagram (Analisis Semiotik Postingan Instagram@Maudyayunda),” *JSK J. Spektrum Komun.*, vol. 10, no. 1, pp. 177–186, 2022.
- [8] Arba Choirul Umam and P. Febriana, “Analisis Semiotik Unggahan Akun Instagram @fapstronautindonesia dalam Menghentikan Perilaku Kecanduan Pornografi,” *J. Komun. Prof.*, vol. 7, no. 3, pp. 474–492, 2023, doi: 10.25139/jkp.v7i3.5915.
- [9] Y. Fitriani, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital,” *J. Inf. Syst. Applied. Manag. Account. Res.*, vol. 5, no. 4, pp. 1006–1013, 2021, doi: 10.52362/jisamar.v5i4.609.
- [10] Z. Wang, “Pembentukan Personal Branding Melalui Media Sosial, Yohanna Eka Putri br Girsang,” vol. 017501, pp. 51–65, 2023.
- [11] R. A. T. Ardana and P. Febriana, “Analisa Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok @duniaislam2 sebagai Media Dakwah,” *Acad. Globe Inderscience Res.*, vol. 2, no. 4, pp. 1–10, 2023, doi: 10.47134/academicia.v2i4.7.
- [12] A. Yuliana, “Efektifitas Pemanfaatan Video Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran TIK Untuk Meningkatkan Minat Belajar Peserta Didik Era Literasi Digital,” *J. Pendidik. Teknol. Inf. dan Komun.*, vol. 10, no. 1, pp. 32–43, 2024, doi: 10.31980/jpetik.v10i1.546.
- [13] N. Nurlailin, “Komunikasi Visual dalam Merepresentasikan Citra Diri Difabel di TikTok pada Akun @Jennifernatalie_ (Perspektif Charles Sanders Peirce),” *Icon Islam. Commun. Contemp. Media Stud.*, vol. 3, no. 2, pp. 129–146, 2024, doi: 10.35719/icon.v3i2.123.
- [14] R. Melisa Kapitan, P. Ana Andung, and R. Konstantin Ara, “Komunikasi Visual Melalui Instagram Sebagai Media Promosi (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce dalam Konten Promosi Edisi Hari Raya 2022-2023 pada Akun Instagram @lalamentik_square),” *J. Mhs. Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 359–371, 2023, [Online]. Available: <https://deliberatio.net/index.php/jikom/article/view/154>
- [15] R. F. Wahyudi, U. Islam, and A. Dahlan, “Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam Volume 7, No. 1, 2025,” vol. 7, no. 1, pp. 27–39, 2025.
- [16] F. Hendrawan, “‘Dari Lucu Menuju Komersial’ Sebuah Tinjauan Semiotika Visual Komik Iklan Tahi Lalats ‘From Funny To Commercial’ a Study of Visual Semiotics Tahi Lalats Commercial Comic,” vol. 19, no. 2, pp. 205–222, 2023.

- [17] I. Mustika and H. Isnaini, "Konsep Cinta Pada Puisi-Puisi Karya Sapardi Djoko Damono: Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce," *J. Al-AZHAR Indones. SERI Hum.*, vol. 6, no. 1, p. 1, 2021, doi: 10.36722/sh.v6i1.436.
- [18] J. Gerung, O. S. Meruntu, and T. Senduk, "Representasi Perlawanan Mahasiswa Dalam Lirik Lagu Darah Juang Dan Pembebasan (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce)," *Kompetensi*, vol. 3, no. 9, pp. 2533–2546, 2023, doi: 10.53682/kompetensi.v3i9.7642.
- [19] H. Fitri, M. Ichsan, and R. Yunita, "Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten Tiktok dalam Political Branding Prabowo-Gibran Di Pemilihan Umum 2024," vol. 4, pp. 4825–4844, 2024.
- [20] W. D. A. N. Kuesioner, "Siti Romdona, Silvia Senja Junista, Ahmad Gunawan," vol. 3, no. 1, pp. 39–47.
- [21] N. R. Tania, R. M. N. Sakinah, and D. Rusmana, "Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Karikatur Cover Majalah Tempo Edisi 16-22 September 2019," *J. Humaya J. Hukum, Humaniora, Masyarakat, dan Budaya*, vol. 2, no. 2, pp. 139–149, 2022, doi: 10.33830/humayafhisip.v2i2.2578.
- [22] P. Emalia, A. Zahra, M. I. Ilham, U. D. Bintang, and M. A. Taqwin, "Representasi Personal Branding Maudy Ayunda Di Akun You Tube @ modmedia," vol. 7, 2024.
- [23] N. Ahmad, K. Nur, K. Pohan, S. Alfira, K. Aufia, and C. F. Paripurna, "Analisis Strategi Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram dalam Membangun Citra Diri Menuju PILGUB DKI Jakarta 2024," no. 2, pp. 1–17, 2024.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.