

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah menjadikan komunikasi visual sebagai strategi penting dalam membangun identitas dan citra sebuah *brand*. Moneta.Bev sebagai *brand* biji kopi local asal Bandung memanfaatkan Instagram sebagai media utama dalam menyampaikan pesan, membangun *branding*, serta menjalin interaksi dengan audiens melalui konten visual berbasis ilustrasi. Namun, dalam praktiknya ditemukan adanya ketidaksinambungan antara ilustrasi yang digunakan dengan identitas *brand* yang mengangkat nilai budaya Nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev ditinjau dari aspek komunikasi visual, meliputi dimensi estetika, fungsional, semiotic, kognitif dan emosional.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotic, berlandaskan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten Instagram Moneta.Bev, wawancara mendalam dengan pemilik *brand*, Desainer Grafis, serta konsumen, dan studi Pustaka sebagai penguat landasan teoritis. Analisis data difokuskan pada bagaimana ilustrasi berperan sebagai tanda visual yang membangun makna, menyampaikan pesan, serta memengaruhi persepsi audiens terhadap *brand*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ilustrasi pada konten Instagram Moneta.Bev memiliki nilai estetika yang cukup menarik, namun belum sepenuhnya konsisten dalam mendukung identitas *brand* berbasis budaya Nusantara. Ditemukan pula penggunaan Bahasa asing, tipografi modern generic, serta pemilihan warna yang kurang konsisten sehingga berpotensi melemahkan kekuatan komunikasi visual dan citra *brand*. Secara fungsional, ilustrasi mampu menarik perhatian, tetapi belum optimal dalam memperjelas pesan dan memperkuat diferensiasi *brand*. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsistensi ilustrasi yang relevan dengan nilai budaya dan identitas *brand* sangat penting untuk meningkatkan efektivitas komunikasi visual, membangun persepsi positif serta memperkuat keterkaitan emosional audiens terhadap Moneta.Bev.

Kata kunci: *Komunikasi visual, Ilustrasi, Instagram, Branding, Moneta.Bev*

ABSTRACT

The evolution of social media, particularly Instagram, has established visual communication as a pivotal strategy in constructing brand identity and image. Moneta.Bev, a local coffee bean brand based in Bandung, utilizes Instagram as its primary medium to convey messages, establish branding, and foster interaction with audiences through illustration-based visual content. However, in practice, a disconnect was observed between the illustrations used and the brand identity, which purportedly upholds Nusantara (Indonesian archipelago) cultural values.

This study aims to analyze the use of illustrations in Moneta.Bev's Instagram content through the lens of visual communication, encompassing aesthetic, functional, semiotic, cognitive, and emotional dimensions. This research employs a qualitative method with a semiotic approach, grounded in a constructivist paradigm. Data collection techniques included observation of Moneta.Bev's Instagram content, in-depth interviews with the brand owner, graphic designer, and consumers, as well as a literature review to strengthen the theoretical foundation. Data analysis focused on how illustrations function as visual signs that construct meaning, convey messages, and influence audience perception of the *brand*.

The results indicate that while the illustrations on Moneta.Bev's Instagram content possess appealing aesthetic value, they are not yet fully consistent in supporting the brand identity rooted in Nusantara culture. The study also identified the use of foreign languages, generic modern typography, and inconsistent color choices, which potentially weaken the visual communication impact and brand image. Functionally, the illustrations are capable of attracting attention but remain suboptimal in clarifying messages and reinforcing brand differentiation. The study concludes that the consistency of illustrations relevant to cultural values and *brand* identity is crucial for enhancing the effectiveness of visual communication, building positive perceptions, and strengthening the audience's emotional connection to Moneta.Bev.

Keywords: *Visual communication, Illustration, Instagram, Branding, Moneta.Bev*

RINGKESAN

Mekarna média sosial, utamana Instagram, parantos ngajantenkeun komunikasi visual salaku strategi penting dina ngawangun idéntitas sarta citra hiji *brand*. Moneta.Bev salaku *brand* siki kopi lokal asal Bandung ngagunakeun Instagram salaku média utama dina nepikeun pesen, ngawangun *branding*, sarta ngajalin interaksi sareng audiéns ngaliwatan kontén visual dumasar kana ilustrasi. Nanging, dina prak-prakanna, kapanggih ayana kateusinkronan antara ilustrasi anu dianggo sareng idéntitas *brand* anu ngangkat ajén budaya Nusantara. Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun nganalisis pamakéan ilustrasi dina kontén Instagram Moneta.Bev ditingal tina aspék komunikasi visual, anu ngawengku diménsi éstétika, fungsional, sémiotik, kognitif, sarta émosional.

Ieu panalungtikan ngagunakeun métode kualitatif kalayan pamérékan sémiotik, dumasar kana paradigma konstruktivis. Téhnik ngumpulkeun data dilaksanakeun ngaliwatan observasi kana kontén Instagram Moneta.Bev, wawancara jero sareng nu gaduh *brand*, désainer grafis, sarta konsumén, katut studi pustaka salaku pangrojong landasan téoritis. Analisis data difokuskeun kana kumaha ilustrasi miboga peran salaku tanda visual anu ngawangun ma'na, nepikeun pesen, sarta mangaruhan persépsi audiéns kana *brand*.

Hasil panalungtikan némbongkeun yén ilustrasi dina kontén Instagram Moneta.Bev miboga ajén éstétika anu cekap saé, nanging tacan sagemblengna konsistén dina ngarojong idéntitas *brand* dumasar budaya Nusantara. Kapanggih ogé pamakéan basa deungeun, tipografi modéren generik, sarta pamilihan warna anu kirang konsistén sahingga miboga poténsi ngalemahkeun kakuatan komunikasi visual sarta citra *brand*. Sacara fungsional, ilustrasi mampuh narik perhatian, nanging tacan optimal dina ngajelaskeun pesen sarta nguatan diférénsiasi *brand*. Ieu panalungtikan nyindekkeun yén konsisténsi ilustrasi anu luyu sareng ajén budaya sarta idéntitas *brand* kacida pentingna pikeun ningkatkeun éféktivitas komunikasi visual, ngawangun persépsi positip, sarta nguatan beungkeutan émosional audiéns ka Moneta.Bev.

Kata kunci: *Komunikasi visual, Ilustrasi, Instagram, Branding, Moneta.Bev*