

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN KEJAR JODOH TOKOPEDIA DI YOUTUBE”. Tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai bagaimana Tanda, Objek, dan Interpretan yang terdapat dalam iklan kejar jodoh Tokopedia.

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis semiotika dengan model Charles Sanders Peirce, dengan tipe penelitian yang bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan, studi lapangan dan observasi dan wawancara mendalam.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran bahwa tanda yang ada pada keseluruhan shot ini, terdapat enam belas shot, enam unsur grafis, enam *cutscene* atau *insert* dan dua scene yang pertama di teras rumah dan di dalam rumah yang menampilkan keadaan seorang pria yang ingin memiliki pasangan namun berasal dari golongan menengah ke bawah. Objek pada keseluruhan iklan, berpusat pada tiga orang, Pace tokoh utama, Sabrina perempuan impian Pace, dan Teman Pace, Interpretasi dari keseluruhan iklan adalah kekuatan sebuah usaha, kemauan, dan percaya diri sekaligus kemajuan teknologi dibidang internet semakin memudahkan manusia untuk melakukan berbagai macam pekerjaan.

Hal yang ingin peneliti rekomendasikan sebagai bahan masukan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, yaitu ditujukan kepada peneliti selanjutnya, penelitian tentang Semiotika dalam periklanan merupakan hal yang menarik untuk diteliti dan kita dapat mengetahui isi makna dalam sebuah iklan. Selain iklan, semiotika juga dapat diteliti dalam film, gambar, Logo, Foto dan masih banyak lagi.

ABSTRACT

This study entitled "SEMIOTIC ANALYSIS OF CASHING MATE START FROM TOKOPEDIA ADVERTISING IN YOUTUBE". The purpose and usefulness of this research is to find out about how the Signs, Objects, and Interpretations contained in the Tokopedia ads.

Research method used by researcher in this research is semiotics analysis with Charles Sanders Peirce model, with qualitative research type. Data collection techniques used in this study are literature study, field study and observation and in-depth interviews.

Based on the results of the study, we can see that there are sixteen shots, six graphic elements, six cutscene or inserts and two scenes which are on the porch of the house and inside the house which showing the state of a man who wants to have a partner but from middle to lower class. The object of the whole ad, centered on three people, Pace as the main character, Sabrina the dream girl of Pace, and Pace Friends, Interpretation of the whole advertising is the power of a business, willingness, and confidence as well as technology advances in the field of internet makes it easier for humans to perform various jobs.

Things that researchers want to recommend as input materials based on the results of research conducted, to further researchers, research on Semiotics in advertising is an interesting thing to be studied and we can know the contents of meaning in an ad. In addition to advertising, semiotics can also be researched in movies, pictures, Logos, Photos and much more.

RINGKESAN

Panalungtikan ieu dijudulan “ANALISIS SEMIOTIKA PARIWARA BERIK JODOH TOKOPEDIA DI YOUTUBE”. Tujuan sarta pamakean panalungtikan ieu teh kanggo terang ngeunaan kumaha Tawis, Objek, sarta Interpretan anu aya dina pariwara berik jodoh Tokopedia.

Padika panalungtikan anu dipake peneliti dina panalungtikan ieu teh analisis semiotika kalawan model Charles Sanders Peirce, kalawan tipe panalungtikan anu boga sipat kualitatif. Teknik pengumpulan data anu dipake dina panalungtikan ieu teh studi kepastakaan, studi lapang sarta observasi sarta wawancara mendalam.

Dumasar kening panalungtikan, ditampa gambaran yen tawis anu aya dina sakabeh shot ieu, aya genep belas shot, genep unsur grafis, genep cutscene atawa insert sarta dua scene anu kahiji di tepas imah sarta di jero imah anu mintonkeun kaayaan saurang lalaki anu hoyong ngabogaan pasangan nanging asalna ti golongan tengahan ka handap. Objek dina sakabeh pariwara, museur dina tiluan, Pace inohong utami, Sabrina awewe impian Pace, sarta Rerancangan Pace, Interpretasi ti sakabeh pariwara nyaeta kakiatan hiji usaha, kapalay, sarta percanten diri sakaligus kamajuan teknologi dibidang internet beuki ngagampangkeun jalmi kanggo ngalakukeun sagala rupa macem pagawean.

Perkawis anu hoyong peneliti mendasikeun minangka bahan asupkeun dumasar kening panalungtikan anu dipigawe, yaktos ditujukeun ka peneliti selanjutnya, panalungtikan ngeunaan Semiotika dina periklanan mangrupa perkawis anu metot kanggo ditalungtik sarta urang tiasa terang eusi hartos dina hiji pariwara. Jabi pariwara, semiotika oge tiasa ditalungtik dina pilem, gambar, Logo, Poto.

