

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Semiotika Iklan Gojek Versi “J3K: Agar Nyaman Dalam Perjalanan Pake Gojek” di Youtube. Untuk menganalisis sebuah simbol yang terkandung dalam iklan Gojek Versi “J3K: Agar Nyaman Dalam Perjalanan Pake Gojek” di Youtube, dapat dilakukan melalui sebuah studi analisis data berupa analisis semiotika.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tanda/symbol yang terdapat dalam iklan Gojek Versi “J3K: Agar Nyaman Dalam Perjalanan Pake Gojek” dari segi *Representment*, *Interpretant*, dan *Object*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan Teori Semiotika dari Charles Sanders Peirce dan teori Konstruksi Realitas Sosial. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, wawancara, dokumentasi dan data dari internet.

Berdasarkan hasil penelitian ini makna yang terkandung menunjukkan bahwa setiap adegan yang ditampilkan memiliki pemaknaan yang mengarah pada pesan sosial. Selain itu realitas sosial yang dibangun dalam iklan tersebut memiliki pengaruh sosial yang dapat merubah perilaku dan pandangan masyarakat. Makna yang tersirat dari iklan tersebut adalah mereka ingin menyampaikan pesan bahwa pada saat ini posisi keadaan di masyarakat sudah banyak dampak buruk dalam bidang kesehatan karena pandemi. Maka dari itu kita sebagai masyarakat yang sadar akan pentingnya protokol kesehatan harus bisa menyadarkan masyarakat dengan bijak serta memberitahu cara penggunaan yang baik dan benar.

Kata Kunci: Semiotika, J3K: Agar Nyaman Dalam Perjalanan Pake Gojek, Tanda, Simbol

