

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “REPRESENTASI IKLAN GOJEK DI YOUTUBE (Analisis Semiotika Iklan Gojek versi "Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan" di Youtube)”. Iklan ini memiliki makna dan tanda-tanda yang dapat dimaknai sebagai wujud pelayanan dalam kehidupan sehari-hari.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Denotasi, Konotasi, dan Mitos yang terdapat pada iklan Gojek versi "Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan” di youtube. Selain untuk mengetahui makna pesan yang terkandung dalam Denotasi, Konotasi, dan Mitos yang ditampilkan, pada penelitian ini juga ditujukan untuk mengetahui bagaimana Konvergensi Simbolis yang coba disampaikan melalui iklan tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan teori yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes. Untuk menganalisis makna-makna yang terdapat dalam setiap adegan pada iklan ini. Dengan mengacu pada teori pendukung Konvergensi Simbolis Ernest Borman dan Robert Bales. Penelitian ini menggunakan tehnik pengumpulan data berupa observasi, studi kepustakaan dan wawancara mendalam. Tehnik analisis data pada penelitian kualitatif ini dilakukan beberapa tahap yaitu analisis teks, analisis pemrosesan dan analisis sosial.

Hasil dari penelitian ini, penulis menemui bahwa dalam iklan Gojek versi "Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan” ini memiliki makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos dalam setiap adegannya. Juga banyak kaitan dengan realitas yang terjadi di kehidupan masyarakat. Sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat dipahami oleh masyarakat, baik makna tersirat dalam iklan tersebut adalah bahwa PT Gojek ingin membuat kita tetap produktif dan berusaha meraih mimpi kita dimasa pandemi seperti sekarang, dengan kerja keras dan kegigihan akan meraih apa yang kita inginkan.

ABSTRACT

This research is entitled "GOJEK ADVERTISING REPRESENTATION ON YOUTUBE (Analysis of Semiotics of Gojek Ads version of "Song of Offerings for Cerdikiawan" on Youtube)". This advertisement has meaning and signs that can be interpreted as a form of service in everyday life.

The purpose of this study was to find out the denotation, connotation, and myth contained in the Gojek advertisement version of "Song of Offerings for Cerdikiawan" on youtube. In addition to knowing the meaning of the messages contained in the Denotations, Connotations, and Myths displayed, this study also aimed to find out how the Symbolic Convergence is trying to convey through the ad.

This study uses qualitative research methods, with the theoretical approach used is the semiotic theory of Roland Barthes. To analyze the meanings contained in each scene in this advertisement. With reference to the theory of Symbolic Convergence supporters Ernest Borman and Robert Bales. This study uses data collection techniques in the form of observation, literature study and in-depth interviews. The data analysis technique in this qualitative research was carried out in several stages, namely text analysis, processing analysis and social analysis.

The results of this study, the authors found that in the Gojek advertisement the version of "Song of Offerings for Cerdikiawan" has the meaning of Denotation, Connotation, and Myth in each scene. Also many links to the reality that occurs in people's lives. So that the message to be conveyed can be understood by the public, then the implied meaning in the advertisement is that PT Gojek wants to keep us productive and try to achieve our dreams during the pandemic like now, with hard work and persistence we will achieve what we want.

RINGKESAN

Panilitian ieu dijudulan “REPRESENTASI IKLAN GOJEK DI YOUTUBE (Analisis Semi of Gojek Ads versi" lagu persembahan pikeun Cerdikiawan" dina Youtube)". Iklan ieu ngagaduhan hartos sareng tanda anu tiasa diartikeun salaku bentuk jasa dina kahirupan sadidinten.

Tujuan tina panilitian ieu nyaéta pikeun milarian denotasi, konotasi, sareng mitos anu aya dina versi iklan Gojek tina "Song of Offersings for Scholar" dina youtube. Salaku tambahan pikeun terang makna pesen anu aya dina Denotasi, Konotasi, sareng Mitos anu dipidangkeun, panilitian ieu ogé ditujukeun pikeun milarian terang kumaha Konvergénsi Simbolik anu nyobian ditepikeun ngalangkungan iklan.

Panilitian ieu ngagunakeun metode panilitian kualitatif, kalayan pendekatan teoritis anu digunakeun nyaéta tiori semiotik Roland Barthes. Pikeun nganalisis hartos anu aya dina unggal adegan dina iklan ieu. Kalayan ngarujuk kana téori pendukung Konvergénsi Simbolik Ernest Borman sareng Robert Bales. Panilitian ieu ngagunakeun téknik ngumpulkeun data dina bentuk obsérvasi, studi pustaka sareng wawancara anu jero. Téhnik analisis data dina ieu panilitian kualitatif dilaksanakeun dina sababaraha tahapan, nyaéta analisis téks, analisis ngolah jeung analisis sosial.

Hasil tina panilitian ieu, panulis mendakan yén dina iklan Gojek vérsi "Lagu Persembahan Pikeun Cerdikiawan" ngagaduhan hartos Denotasi, Konotasi, sareng Mitos dina unggal adegan. Ogé seueur tautan kana kanyataan anu aya dina kahirupan masarakat. Sangkan pesen anu badé ditepikeun tiasa dipikahartos ku masarakat, duanana hartosna anu tersirat dina iklan éta PT Gojek hoyong ngajantenkeun urang produktif sareng nyobian ngahontal impian urang dina mangsa pandemi sapertos ayeuna, kalayan kerja keras sareng kegigihan anu bakal kahontal. naon urang hoyong.