

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Iklan pada saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan intergral dalam kehidupan manusia. Dimana sifat persuasif dan informatif pada setiap iklan terintegrasi dalam pencitraan yang disuguhkan ke publik. Iklan yang dijadikan sebagai media penyampaian pesan berubah menjadi komunikasi instan dalam kehidupan. Perkembangan periklanan masa kini merubah pola hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif. Dengan pola hidup yang seperti ini, dibutuhkan metode dan strategi yang mengimbangi perkembangan zaman.

Lee & Johnson (2004) menjelaskan bahwa periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produknya, baik barang atau jasa dengan biaya tertentu yang ditransmisikan kepada suatu khalayak yang dituju. Target, melalui media yang bersifat massal. Kreativitas dalam sebuah iklan akan menunjukkan visualisasi barang atau jasa yang menjadi lebih menarik. Tetapi, fakta yang terjadi saat ini iklan yang ditampilkan akan menyuguhkan pencitraan dengan tujuan memviralkan sesuatu yang ingin dicapai. Kehidupan pada masa milenial seperti ini sangat lekat dengan popularitas, sehingga kaum milenial ini berlomba-lomba untuk mendapat citra baik di berbagai media. Begitu pula dengan

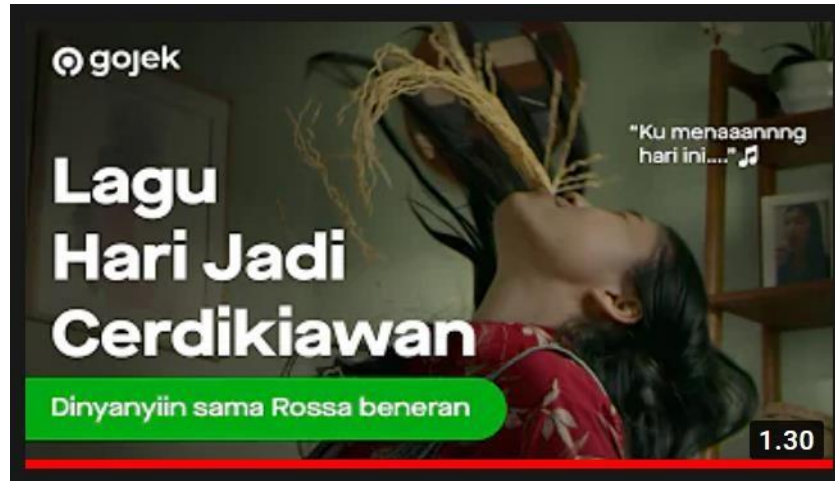
Teknik pada iklan masa kini. Iklan yang ditampilkan mengaitkan kehidupan manusia dengan tampilan yang lebih mendramatisasi. Media yang digunakan untuk menaruh iklan juga beragam dari yang konvensional yaitu surat kabar dan kini sudah menggunakan *New media* sebagai alat mempromosikan produk barang atau jasa, selain televisi, kini iklan sudah banyak di unggah di Youtube

Youtube merupakan salah satu media yang efektif untuk beriklan. Penyajian iklan pada hakikatnya merupakan aktifitas komunikasi yang menggunakan unsur-unsur kreatif seperti *copywriting*, *scriptwriting*, tipografi, ilustrasi dalam penyampaian pesannya. Menurut Techbiz.id perseptember 2020, 9 dari 10 pengguna Internet di Indonesia menonton Youtube setiap harinya. Mencapai diangka 93 juta, angka ini meningkat signifikan dibandingkan dengan pencapaian Youtube tahun lalu yang hanya mencapai 79 Juta. Hal ini juga berhubungan dengan dampak dari Pandemi COVID-19 yang terjadi sejak tahun 2020 hingga tahun 2021 ini. Jumlah masyarakat yang mengakses internet juga dengan ketersediaan fasilitas untuk mendapatkan informasi berpengaruh pada angka partisipasi pengguna internet, juga sudah banyak situs web yang menyediakan berita terkini yang mudah di akses oleh masyarakat. Begitu pun informasi yang terdapat pada Platform Youtube dimana informasi yang kita butuhkan bisa dengan mudah kita dapatkan hanya tinggal mengetik topik apa yang kita butuhkan dan akan banyak berbagai video yang berkaitan dengan informasi yang ingin kita cari. Bahkan sekarang pada setiap beranda Youtube terdapat topik khusus berupa berita perkembangan kasus Covid-19 di Indonesia.

Seperti kata Jovi Da Lopez “Youtube lebih dari TV” , kita bisa mencari video yang kita butuhkan di youtube kapan pun dan dimana pun. Perlu kita akui bahwa Youtube sudah bisa menyaningi Televisi untuk penyampaian berbagai informasi, maka dari itu Youtube menjadi salah satu media yang sangat berpengaruh serta menguntungkan bagi penyedia barang atau jasa untuk menginformasikan produk mereka dalam bentuk iklan dengan audio dan visual sehingga lebih menarik minat masyarakat. Salah satunya iklan terbaru yang dibuat oleh perusahaan Gojek Indonesia yaitu “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikawan – Hari Yang Kau Selamat feat. Rossa Beneran”

Gojek merupakan salah satu aplikasi penyedia jasa transportasi *online*. Aplikasi Gojek ini juga sangat mudah digunakan karena bisa di unduh pada Google Playstore pada Android dan Appstore pada IOS. Kehadiran Gojek di masa kini yang mendukung berbagai aktivitas manusia sehari-hari. Berbagai fitur yang di tawarkan melalui aplikasi tersebut memudahkan para penggunanya. Iklan-iklan yang disuguhkan juga terinspirasi dari gambaran kehidupan sehari-hari. Namun, tidak banyak yang memahami bahwa iklan yang di tampilkan sering kali menyembunyikan makna tanda yang tampak. Lambang verbal dan nonverbal menjadi tidak relevan, dan menghasilkan kosa kata kekinian. Proses memproduksi makna dalam menciptakan identitas kepada masyarakat. Alur cerita dalam iklan Cerdikawan pada iklan Gojek Indonesia menghadirkan tanda yang direpresentasikan sebagai Konvergensi Simbolik.

Gambar 1.1 Iklan Gojek Lagu Hari Jadi Cerdikiawan



Sumber : Youtube

Selain Gojek, ada beberapa aplikasi transportasi online lainnya, seperti Grab, Nujek (Nusantara Ojek), Maxim, Indriver, Uber, ASIA TRANS, dan masih ada beberapa lagi yang menjadi kompetitor PT Gojek dalam menyediakan jasa ojek online dan terus berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Ada beberapa jasa transportasi yang sudah tidak beroperasi lagi, yang masih bertahan samapi saat ini selain Gojek yaitu, Grab, Uber, Maxim, Indriver.

Iklan Gojek yang akan dianalisis oleh peneliti berjudul “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan”. Disini dapat kita lihat bahwa terdapat satu kata yang menarik perhatian, yaitu kata Cerdikiawan. Kata Cerdikiawan adalah sebutan, kata *slank* atau istilah yang dibuat oleh Gojek yaitu gabungan dari kata Cerdik dan Cendikiawan. Cerdik yang menurut KBBI adalah berarti cepat mengerti tentang situasi, dan pandai mencari pemecahan. Sementara Cendikiawan atau intelektual, kata cendekiawan berasal dari Chanakya, seorang politikus dalam

pemerintahan Chandragupta dari Kekaisaran Maurya. Cendekiawan adalah orang yang memakai kecerdasannya untuk melakukan pekerjaan, belajar, membayangkan, menggagas sesuatu, atau membuat soal dan menjawab suatu persoalan tentang berbagai gagasan. Maka dari itu maksud dari Cerdikiawan disini adalah orang yang mampu membaca situasi dan menemukan solusi dari persoalan yang sedang dihadapi.



Bagi peneliti iklan Gojek ini juga sangat menarik karena judulnya yang *eye catching* yaitu dengan menggunakan kata “Cerdikiawan” yang mengundang orang yang melihat thumbnail bertanya apakah arti dari kata tersebut, namun hal ini menjadi salah satu hal yang menciptakan arti yang ambigu, kata “Cerdikiawan” termasuk kata yang informal, karena biasanya kita mendengar kata “Cendikiawan” yang bisa kita artikan sebagai seorang intelektual.





Ada beberapa versi iklan Gojek tentang #Cerdikiawan ini, yaitu :

Tabel 1.1 Macam-Macam Iklan Gojek Indonesia Versi #Cerdikiawan

No	Judul Iklan	Gambar Iklan
	Gojek mempersembahkan Cerdikiawan	

	Cerdikiawan pakai Goride	
	Cerdikiawan pakai Gocar	
	Cerdikiawan pakai Gomessage	

	Cerdikiawan pakai Gofood	 <p>0.16</p>
	Cerdikiawan pakai Gotix	 <p>0.16</p>
	Cerdikiawan pakai Gopay	 <p>0.16</p>

	<p>Cerdikiawan pakai Goclean</p>	
	<p>Cerdikiawan pakai Gosend</p>	
	<p>Video kolaborasi #HariJadiBarengCerdikiawan</p>	
	<p>Para Penjaga Amanah</p>	

Iklan dapat menjadi daya tarik tersendiri di mata konsumennya terutama jika produk yang diiklankan sudah populer dikalangan masyarakat, semakin unik iklan dimata khalayak, maka semakin banyak juga simbol-simbol yang ingin disampaikan antara pengiklan dan calon konsumen. Iklan menggunakan tanda untuk mempermudah dalam komunikasi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Representasi Iklan Gojek di Youtube (Analisis Semiotika Iklan Gojek versi "Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan" di Youtube)”**

1.2 Fokus Penelitian Dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus penelitian

Berdasarkan konteks penulisan diatas, maka ditentukan fokus penelitian yang akan digunakan untuk membatasi penulisan ini. Hal ini dimaksudkan agar penulis memiliki relevansi dengan permasalahan dan tujuan. Oleh karena itu, yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah **“Analisis Semiotika Iklan Gojek versi " Lagu Persembahan Untuk Para Cendikiawan" di Youtube”**

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka terdapat beberapa pertanyaan diantaranya sebagai berikut :

- 1) Apa denotasi dalam iklan Gojek versi "Lagu persembahan untuk para cerdikiawan" yang di tayangkan di Youtube?

- 2) Apa konotasi dalam iklan Gojek versi "Lagu persembahan untuk para cerdikiawan" yang di tayangkan di Youtube?
- 3) Apa mitos dalam iklan Gojek versi "Lagu persembahan untuk para cerdikiawan" yang di tayangkan di Youtube?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari laporan ini untuk menjawab semua pertanyaan yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang harus dicari gambarannya. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Mengetahui Denotasi dalam iklan Gojek versi “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan” di Youtube
2. Mengetahui Konotasi iklan Gojek versi “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan” di Youtube
3. Mengetahui Mitos dalam iklan Gojek versi “Lagu Persembahan Untuk Para Cerdikiawan” di Youtube

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Sesuai dengan tema yang diangkat, maka penulisan ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang *Public Relation*

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

- 1) Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan keilmuan dalam kajian studi Ilmu Komunikasi, Khususnya pada konsentrasi Hubungan Masyarakat terutama dalam analisis semiotika Representasi pada iklan Gojek versi "Lagu Persembahan Untuk Para Cendikiawan" di Youtube
- 2) Hasil penelitian ini dapat memberikan variasi bahan kajian tentang analisis semiotika pada iklan Gojek versi "Lagu Persembahan Untuk Para Cendikiawan" di Youtube, Serta memberikan kontribusi bagi penelitian komunikasi lain yang mengambil objek serupa

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

- 1) Bagi peneliti hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang Ilmu Semiotika dan Konsentrasi Hubungan Masyarakat dalam memahami makna iklan
- 2) Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber pengetahuan dan bahan masukan atau menambah wawasan dalam Komunikasi Periklanan