

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Iklan adalah segala bentuk promosi untuk mendorong penjualan baik barang ataupun jasa, seperti yang kita ketahui iklan merupakan sesuatu yang harus dibayar. Pada era modern 4.0 ini penggunaan iklan di jaringan internet sangatlah efektif karena tergolong lebih luas untuk menjangkau khalayak, tentunya faktor pendukung lainnya karena semakin majunya teknologi.

Iklan menjadi pengisi ruang media internet dan Youtube yang banyak digunakan suatu perusahaan untuk mengiklankan produknya. Selain untuk sarana berkomunikasi internet juga sebagai media alternatif iklan meskipun masih adanya perdebatan bahwa internet masih belum bisa dijadikan sebagai pengganti media iklan konvensional.

Ada dua klasifikasi iklan di Internet, yaitu legal dan ilegal. Iklan yang sah, termasuk iklan yang terkait dengan Yahoo, email, dan iklan desktop. Iklan ilegal disebut spam karena selain mengganggu terkadang iklan tersebut melanggar aturan yang ada, karena spam bisa menjangkau siapa saja yang memiliki gadget, jadi tidak ada batasan umur.

Kemajuan teknologi memang sangat mempengaruhi terhadap kreatifitas dan efektivitas iklan, lebih menarik di desain sedemikian rupa pada daya imajinasi karena dituntut oleh kemajuan zaman yang mengharuskan untuk berfikir lebih kreatif lagi

Youtube merupakan platform media untuk menonton video blog, video game, film, mendengarkan musik, dan mengupload video yang dapat dilihat oleh khalayak luas. Saat ini banyak orang yang mencari kekayaannya di YouTube karena relatif mudah, namun bisa menarik khalayak luas termasuk iklan.

Gojek (sebelumnya dikenal dengan GO-JEK) adalah perusahaan teknologi asal Indonesia yang menyediakan jasa transportasi melalui jasa ojek. Perusahaan didirikan di Jakarta pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim. Saat ini Gojek sudah tersedia di 50 kota di Indonesia. Sejak Juni 2016, aplikasi Gojek telah diunduh hampir 10 juta kali di Google Play dari sistem operasi Android, dan tersedia di App Store. Gojek juga memiliki layanan pembayaran digital bernama Gopay. Selain di Indonesia, layanan Gojek kini tersedia di Thailand, Vietnam, dan Singapura

Seiring perkembangan zaman, Gojek pun memanfaatkan Youtube untuk dijadikan sebagai media iklan, Gojek yang bermula sebagai jasa transportasi kini berhasil menjawab tantangan khalayak luas untuk menyediakan beberapa layanan dari mulai transportasi dan logistik, makan dan belanja, pembayaran, berita dan hiburan, hingga layanan bisnis. Hingga saat ini gojek mampu memberikan dan terus memperbaharui layanan yang dibutuhkan oleh khalayak luas, dengan mengikuti kemajuan zaman dan teknologi dan informasi semakin berada pada genggamannya handphone. Di era modern 4.0 ini banyak sekali kemajuan teknologi dari berbagai bidang, apalagi dalam bidang permainan game online. Dengan kemajuan yang seperti itu Gojek memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran item – item game online dengan menggunakan layanan pembayaran elektronik atau Gopay.

Di Indonesia beberapa tahun terakhir permainan game online sudah banyak digemari apalagi baik dikalangan anak – anak, remaja, hingga dewasa. Bahkan banyak sekali para pengusaha muda yang membuat E – Sport dan dijadikan bisnis jangka panjang karena menginat permainan game online semakin tahun semakin digemari banyak kalangan. Tidak hanya bisnis jangka panjang, akan tetapi penghasilan yang sangat besar apalagi jika mengikuti event atau tournament yang kelola dibawah permainan game online tersebut.

Tentunya permainan game online tidak ramai begitu saja akan tetapi di era modern 4.0 ini banyak platform – platform yang menjadi pendorong terjadinya hal tersebut, diantaranya efektivitas iklan – iklan di media massa ataupun Youtube. Karena untuk membeli item – item permainan game online tersebut pun cukup mudah dan Gojek memberikan pelayanan dengan pembayaran elektronik atau dengan menggunakan Gopay.

Iklan yang di bintanginya Pevita Pearce dan Joe Taslim ini memperlihatkan kemajuan teknologi dan modernisasi, karena ditayangkan seperti layaknya bermain video game seperti dengan tembak – tembakan yang sedang marak pada era modern 4.0 ini. Dan berhasil menarik khalayak luas bahwa Gojek memberikan pelayanan untuk mempermudah Top Up item – item game dengan menggunakan pembayaran elektronik atau Gopay.

Komunikasi memiliki ilmu yang mempelajari tanda, makna dan proses dari objek yang diteliti. Ilmu yang mempelajari masalah ini disebut semiotika. Semiotika berasal dari bahasa Yunani semeion, yang berarti tanda atau simbol

dalam bahasa Inggris, dan diartikan sebagai ilmu yang mempelajari sistem simbol (seperti kode, bahasa, sinyal, dll.).

Pada dasarnya, analisis semiotika memang merupakan sebuah ikhtiar untuk merasakan sesuatu yang aneh, sesuatu yang perlu dipertanyakan lebih lanjut ketika kita membaca teks atau narasi/wacana tertentu. Analisisnya bersifat paradigmatic dalam arti berupaya menemukan makna termasuk dari hal-hal yang tersembunyi di balik sebuah teks. Maka orang sering mengatakan semiotika adalah upaya menemukan makna ‘berita dibalik berita’ (Wibowo, 2013, h.8)

Makna dan simbol sangat penting dalam penelitian komunikasi. Padahal, dari sudut pandang semiotik, komunikasi adalah produksi makna. Singkatnya, ketika kita berkomunikasi dengan orang lain, kita dapat menggambarkan hubungan antara komunikasi, makna, dan simbol. Pesan tersebut kemudian mendorong kita untuk menciptakan makna bagi diri kita sendiri, terkait dengan makna yang kita buat untuk pesan tersebut.

Berdasarkan uraian diatas peneliti merasa tertarik untuk meneliti iklan Gojek yang di bintanginya Pevita Pearce dan Joe Taslim yang dikemas seperti video game di Youtube. Dalam iklan tersebut banyak makna dan arti yang diperlihatkan baik verbal maupun non verbal dengan metode semiotika. Untuk itu peneliti memilih judul “ANALISIS SEMIOTIKA PADA IKLAN GOPAY VERSI PEVITA PEARCE DAN JOE TASLIM DI YOUTUBE”.

1.2. Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah

Fokus penelitian berujuan untuk memmbatasi studi permasalahan yang dirumuskan, mengingat luasnya pembahasan yang terdapat pada penelitian ini. Maka dari itu peneliti akan lebih memfokuskan masalah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini “ Gaya Hidup Modern Pada Iklan Gopay Versi Pevita Pearce dan Joe Taslim di Youtube”

Berdasarkan latar belakang penelitian dan fokus penelitian diatas maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah :

- 1) Bagaimana penandaan (signifier) yang disampaikan pada iklan “ Gopay Versi Pevita Pearce dan Joe Taslim”
- 2) Bagaimana petanda (signified) yang disampaikan pada iklan “Gopay Versi Pevita Pearce dan Joe Taslim”

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui penanda (signifier) yang disampaikan pada iklan “Gopay Versi Pevita Pearce dan Joe Taslim”
- 2) Untuk mengetahui petanda (signified) yang disampaikan pada iklan “Gopay Versi Pevita Pearce dan Joe Taslim”

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Diharapkan dengan kegunaan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan judul ini, sehingga kegunaan penelitian ini terbagi menjadi penggunaan teoritis dan penggunaan praktis.

1.3.2.1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan keilmuan, melalui upaya mengkaji, menerapkan, menguji dan menjelaskan khususnya bidang kajian semiotika dan iklan

Menjadi bahan informasi, referensi dan sebagai tolak ukur bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan semiotika dan iklan

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu memperluas pengetahuan di bidang komunikasi dan periklanan. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan gagasan khususnya bagi perusahaan terkait, sebagai referensi untuk pengembangan lebih lanjut