

**ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA IKLAN
GOJEK VERSI**

“PESAN DARI RUMAH BUAT KITA YANG DI JALAN”

SKRIPSI



disusun oleh

Riayurlina

17.96.0120

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

**ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA
IKLAN GOJEK VERSI**

“PESAN DARI RUMAH BUAT KITA YANG DI JALAN”

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Riayurlina

17.96.0120

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA
IKLAN GOJEK VERSI**

“PESAN DARI RUMAH BUAT KITA YANG DI JALAN”

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Riayurlina

17.96.0120

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 6 September 2021

Dosen Pembimbing,

Kartika Sari Yudaningsgar S.I.Kom., M.A.

NIK. 190302444

PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA
IKLAN GOJEK VERSI**

“PESAN DARI RUMAH BUAT KITA YANG DI JALAN”

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Riayurlina

17.96.0120

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Kartikasari Yudaningsar S.I.Kom., M.A
NIK. 190302444

Rivga Agusta, S.IP, MA
NIK. 190302319

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom
NIK. 190302437

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 20 Juni 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 19 Juni - 2022

Yang Memberikan Pernyataan,



Riayurlina

NIM. 17.96.0120

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.” –

Qs. Al-Baqarah 286

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus mulai untuk menjadi hebat.” – Zig Ziglar

“Great things are not done by impulse, but by a series of small things brought together.” – Vincent Van Gogh



PERSEMBAHAN

Dengan nama Allah SWT, Alhamdulillahirobbilalamin, telah memberikan hidup yang sangat luar biasa ini. Hari yang tak pernah lepas dari nikmatMu, dari keajaibanMu, dari hidayahMu.

1. Teruntuk Ibu dan Abang, kasih sayangmu serta usaha dan doa dari kalian, Alhamdulillah saya bisa berada di titik yang luar biasa ini.
2. Kepada diriku, Helo Riayurlina. Selamat atas usaha dan kerja kerasmu, yang bisa bertahan dan tidak mudah menyerah hingga saat ini. Jangan mudah puas hanya karena kenikmatan dan keberuntungan yang sudah di dapat, di masa depan tetaplah berusaha dengan sebaik-baiknya.
3. Teruntuk ibu dosen pembimbing Kartikasari Yudaningsgar S.I.Kom., M.A terimakasih atas bimbingannya selama mengerjakan Skripsi.
4. Teruntuk Ageng Ari N. Terimakasih telah mendukung, memberi nasihat serta saran kepada saya hingga saat ini.
5. Dan terakhir, sahabat dan teman-teman yang banyak memberikan motivasi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) dalam program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Kartika Yudaningsih S.I.Kom., M.A. (Pembimbing Penyusunan Skripsi)
5. Youtube Gojek Indonesia “Pesan Dari Rumah Buat Kita Yang Di Jalan” (Objek penelitian)
6. Kedua Orang tua

Yogyakarta, 20 Juni 2022

Riayurlina

DAFTAR ISI

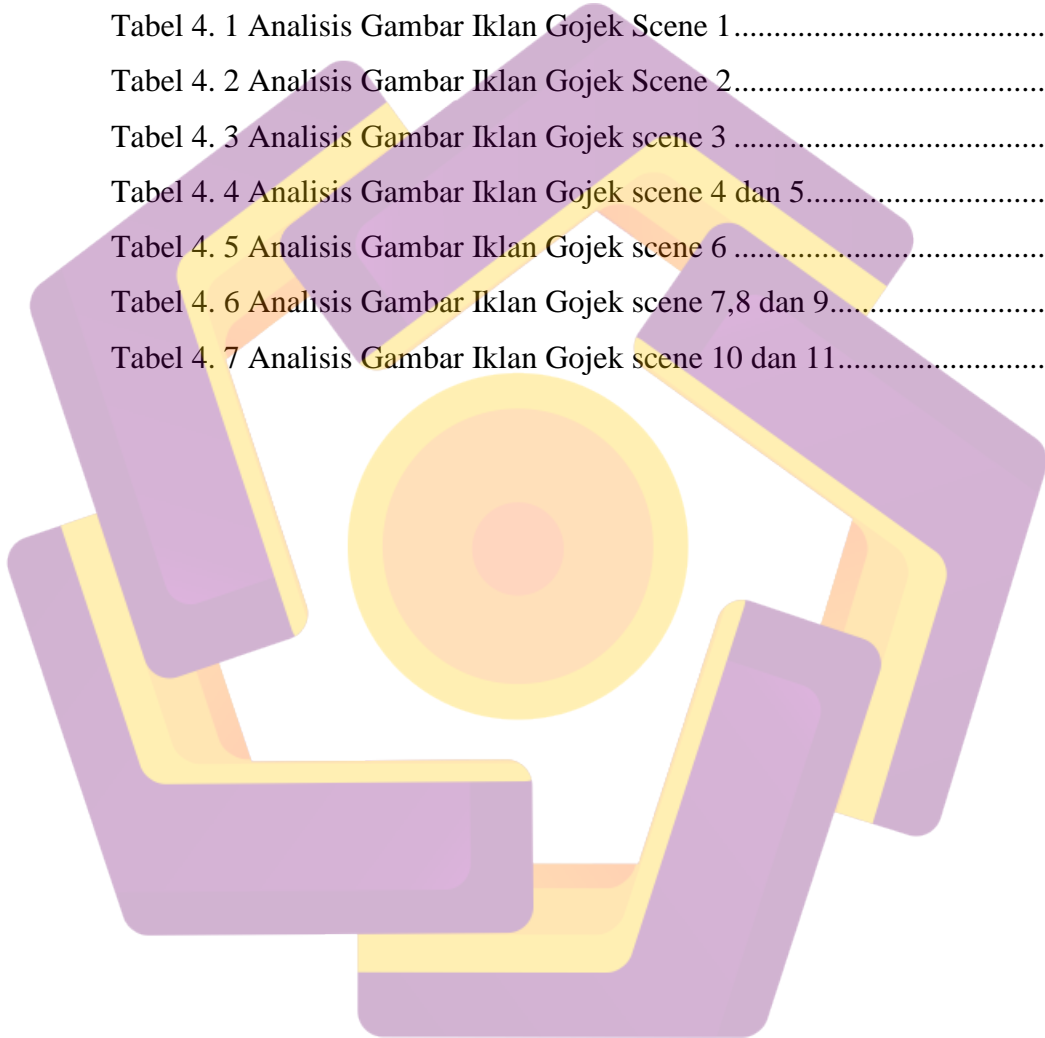
PERSETUJUAN.....	3
PENGESAHAN.....	4
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	5
MOTTO.....	6
PERSEMBAHAN.....	7
KATA PENGANTAR.....	8
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Bab.....	7
BAB II.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	11
2.3. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III.....	23



3.1.	Desain Penelitian	23
3.2.	Objek Penelitian	27
3.3.	Jenis dan Sumber Data	45
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.	Teknik Analisis Data	47
BAB IV	49
4.1.	Hasil Penelitian.....	49
4.2.	Makna Pesan yang Terkandung Dalam Iklan Gojek Versi “Pesan Dari Rumah Buat Kita yang Di Jalan”	63
BAB V	66
5.1.	Kesimpulan.....	66
5.2.	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68

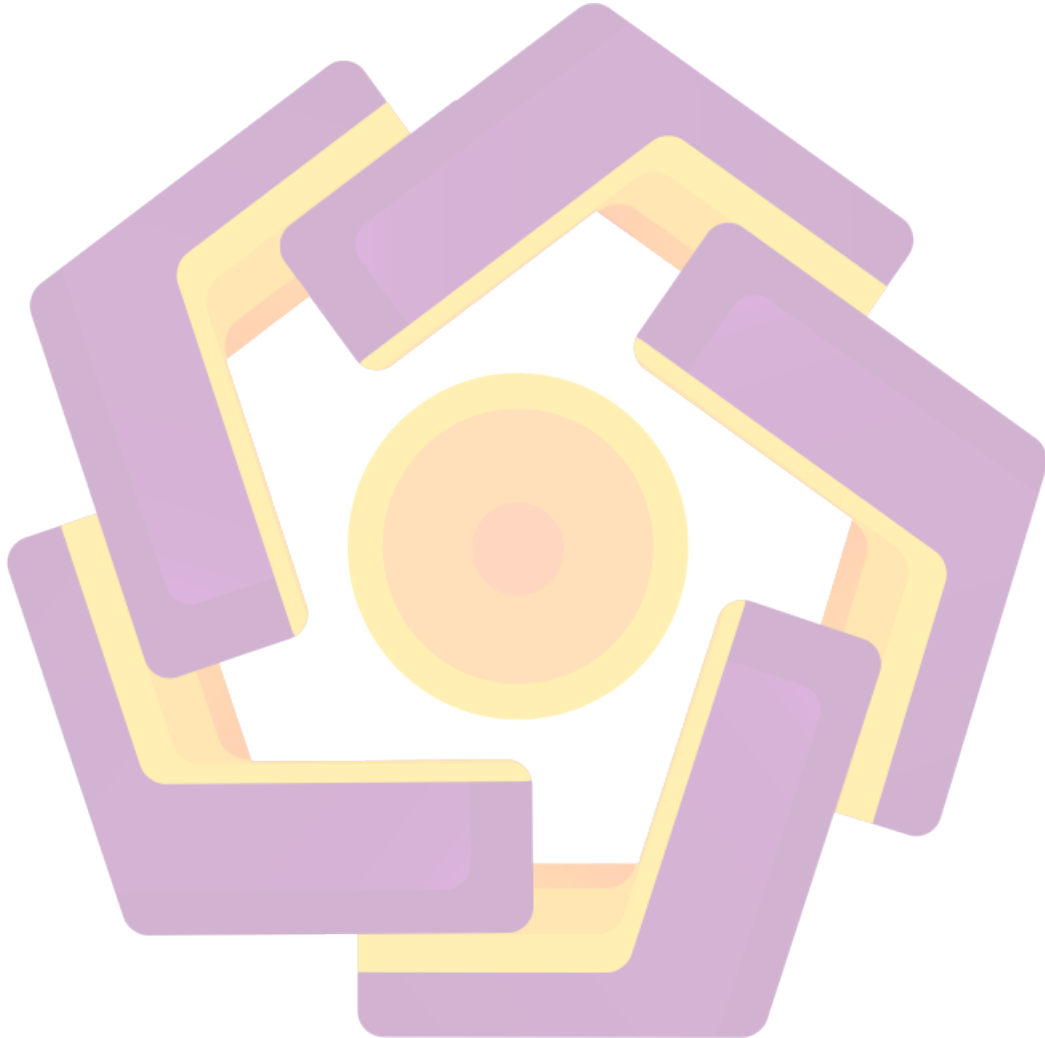
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. 2 Pembagian Triadik.....	14
Tabel 2. 3 Kerangka Pikir.....	22
Tabel 3. 1 Scene Iklan Gojek.....	28
Tabel 4. 1 Analisis Gambar Iklan Gojek Scene 1.....	51
Tabel 4. 2 Analisis Gambar Iklan Gojek Scene 2.....	52
Tabel 4. 3 Analisis Gambar Iklan Gojek scene 3.....	54
Tabel 4. 4 Analisis Gambar Iklan Gojek scene 4 dan 5.....	55
Tabel 4. 5 Analisis Gambar Iklan Gojek scene 6.....	57
Tabel 4. 6 Analisis Gambar Iklan Gojek scene 7,8 dan 9.....	58
Tabel 4. 7 Analisis Gambar Iklan Gojek scene 10 dan 11.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Respon penonton terhadap iklan Gojek.....	4
Gambar 1. 2 Respon penonton terhadap iklan Gojek.....	5
Gambar 2. 1 Triadik Charles Sanders Peirce.....	13
Gambar 4. 1 Channel Youtube Gojek Indonesia.....	50



INTISARI

Pembatasan mobilitas masyarakat di masa pandemi covid-19 berefek pada peningkatan penggunaan internet, hal ini mendorong pelaku usaha untuk menggeser media iklannya ke media digital agar tetap dapat tersampaikan walau masyarakat di rumah saja. Dalam masa ini, gojek sebagai pelaku usaha yang para mitranya harus tetap bekerja diluar ketika ada anjuran di rumah saja, berusaha mengangkat cerita para mitra tersebut ke dalam sebuah iklan non-komersial yang mendukung kebijakan pemerintah untuk pembatasan mobilitas.

Pada kolom komentar di video iklan tersebut tertulis banyak pendapat dari para penonton yang menyatakan kesesuaian kisahnya dengan yang ada di iklan, hal tersebut membuat mereka tersentuh dan merasakan pesannya. Dengan alasan tersebut peneliti bertujuan untuk mengetahui pesan moral yang terdapat dalam Iklan Gojek versi "Pesan Dari Rumah Buat Kita Yang Di Jalan", menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotika menurut Charles Sanders Peirce, dan paradigma konstruktivisme.

Hasil dari penelitian ini membahas pesan moral yang didapat dalam iklan, antara lain pesan moral dalam bersikap peduli, sikap saling menghargai, dan sikap tanggung jawab.

Kata Kunci : *Semiotika, Peirce, Iklan, Pesan Moral.*

ABSTRACT

Restrictions on community mobility during the COVID-19 pandemic have an effect on increasing internet use, this encourages business actors to shift their advertising media to digital media so that they can still be conveyed even though people are at home. At this time, Gojek as a business actor whose partners must continue to work outside when there is a recommendation to stay at home, is trying to bring the stories of these partners into a non-commercial advertisement that supports the government's policy of restricting mobility.

In the comments column in the ad video, many opinions from the audience stated that the story matched the one in the ad, this made them touched and felt the message. For this reason, the researcher aims to find out the moral message contained in the Gojek advertisement version of "Message from the Home for Us on the Road", using a qualitative approach with the semiotic method according to Charles Sanders Peirce, and the constructivism paradigm.

The results of this study discuss the moral messages obtained in advertisements, including moral messages in being caring, mutual respect, and an attitude of responsibility.

Keyword : *Semiotic, Peirce, Advertisement, Moral Message*