

**MAKNA PESAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI PASTI ADA JALAN
BUAT PARA JEMPOLAN**

SKRIPSI



disusun oleh

Muhammad Anis Ghozi Pentha Pratama

18.96.0681

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

2022

**MAKNA PESAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI PASTI ADA JALAN
BUAT PARA JEMPOLAN**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Muhammad Anis Ghozi Pentha Pratama

18.96.0681

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

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**MAKNA PESAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI PASTI ADA JALAN
BUAT PARA JEMPOLAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Anis Khozi Pentha Pratama

18.96.0681

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 3 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,


Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom

NIK. 190302339

PENGESAHAN

SKRIPSI

**MAKNA PESAN DALAM IKLAN GOJEK VERSI PASTI ADA JALAN
BUAT PARA JEMPOLAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Anis Ghozi Pentha Pratama

18.96.0681

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada 19 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom

NIK. 190302339


Alvian Alrasid Ajibulloh, S.Ikom., M.I.Kom

NIK. 190302486

Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A

NIK. 190302435

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

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, 5 Agustus 2022



Muhammad Anis Ghozi Pentha Pratama

NIM. 18.96.0681

MOTTO

“Jalani, pelajari, dan hargai setiap proses kehidupan”



PERSEMBAHAN

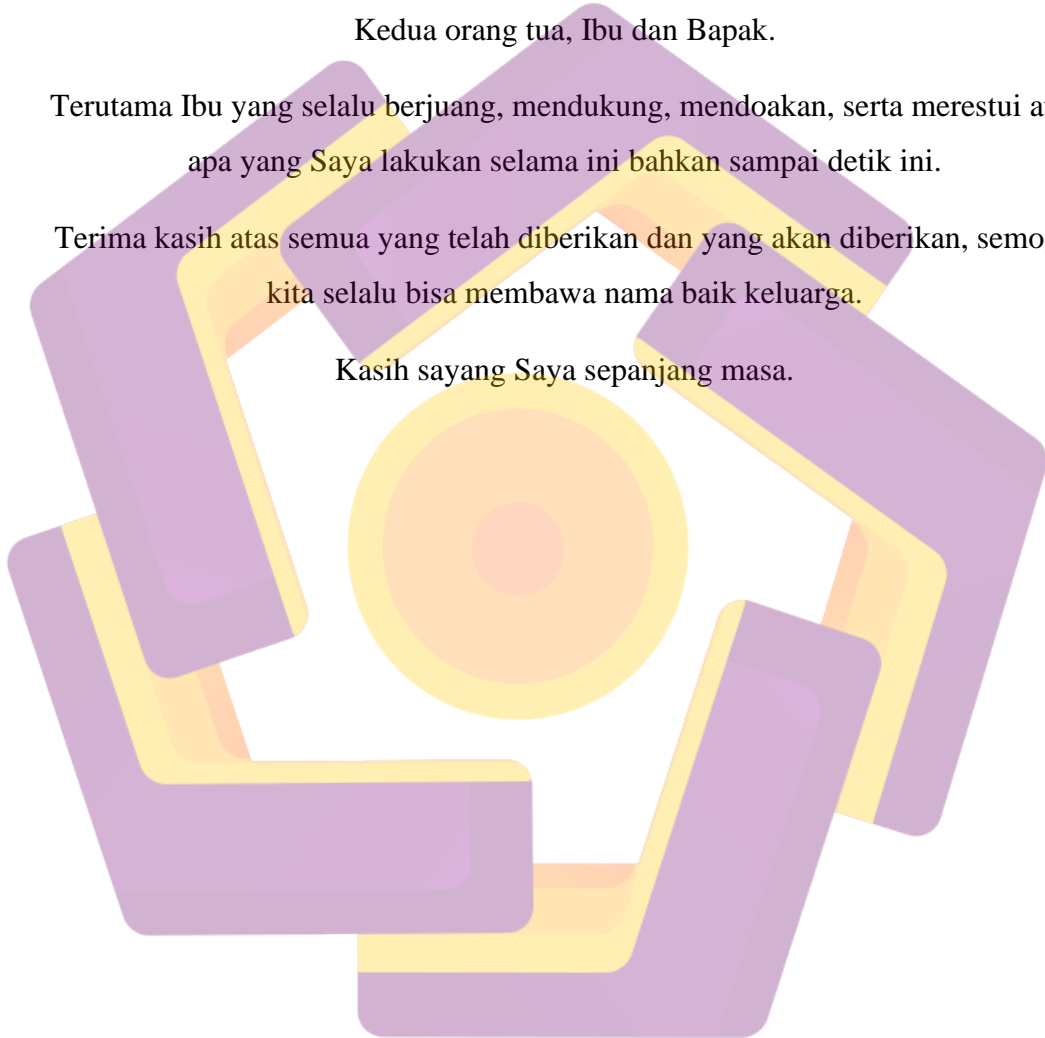
Hasil karya ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua, Ibu dan Bapak.

Terutama Ibu yang selalu berjuang, mendukung, mendoakan, serta merestui atas apa yang Saya lakukan selama ini bahkan sampai detik ini.

Terima kasih atas semua yang telah diberikan dan yang akan diberikan, semoga kita selalu bisa membawa nama baik keluarga.

Kasih sayang Saya sepanjang masa.



KATA PENGANTAR

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

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

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom. selaku pembimbing utama skripsi yang telah memberikan waktu, ilmu, dukungan, arahan, dan berbagai pengalaman kepada penulis. Terima kasih atas bimbingan, saran, dan kritiknya kepada penulis.
5. Keluarga yang sangat penulis cintai, Ibu, Bapak, Adik, Eyang, dan Nenek, beserta keluarga besar yang selalu memberikan doa restu, semangat, nasehat, dan dukungan penuh sampai detik ini.
6. Para sahabat penulis banggakan, Afrizal Nurcahyo, Yudha Bayu P., Muhaimin Iqbal M., Diyanah Hasna A., Dena Putri A., dan Fitri Nur A., dan *lifetime partner*, beserta teman-teman lainnya yang selalu memberikan semangat, waktu, dan berbagai pengalaman baik suka maupun duka disetiap perjalanan penulis.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membantu dalam penyelesaian pengerjaan skripsi.

8. Rekan Prodi Ilmu Komunikasi khususnya Ilmu Komunikasi 5 atas pengalaman selama menjalani perkuliahan.
9. Seluruh pihak yang telah meluangkan waktu dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang baik kepada orang-orang yang berjasa dalam kehidupan penulis. Penulis berharap penulisan skripsi ini membuahkan hasil yang terbaik, namun penulis sadar bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan kelemahan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran agar menjadi bahan perbaikan. Sekian kata pengantar dari penulis, semoga penulisan skripsi ini bisa bermanfaat dan memberikan wawasan baru bagi semua pihak.

Yogyakarta, 5 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER (SAMPUL DEPAN).....	i
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
INTISARI.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Kerangka Berpikir	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian	27
3.2 Objek Penelitian	28

3.3	Subjek Penelitian	28
3.4	Jenis dan Sumber Data	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Teknik Analisis Data	30
3.7	Triangulasi	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Hasil Analisis	33
4.2	Pembahasan	72
BAB V PENUTUP.....		90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		92



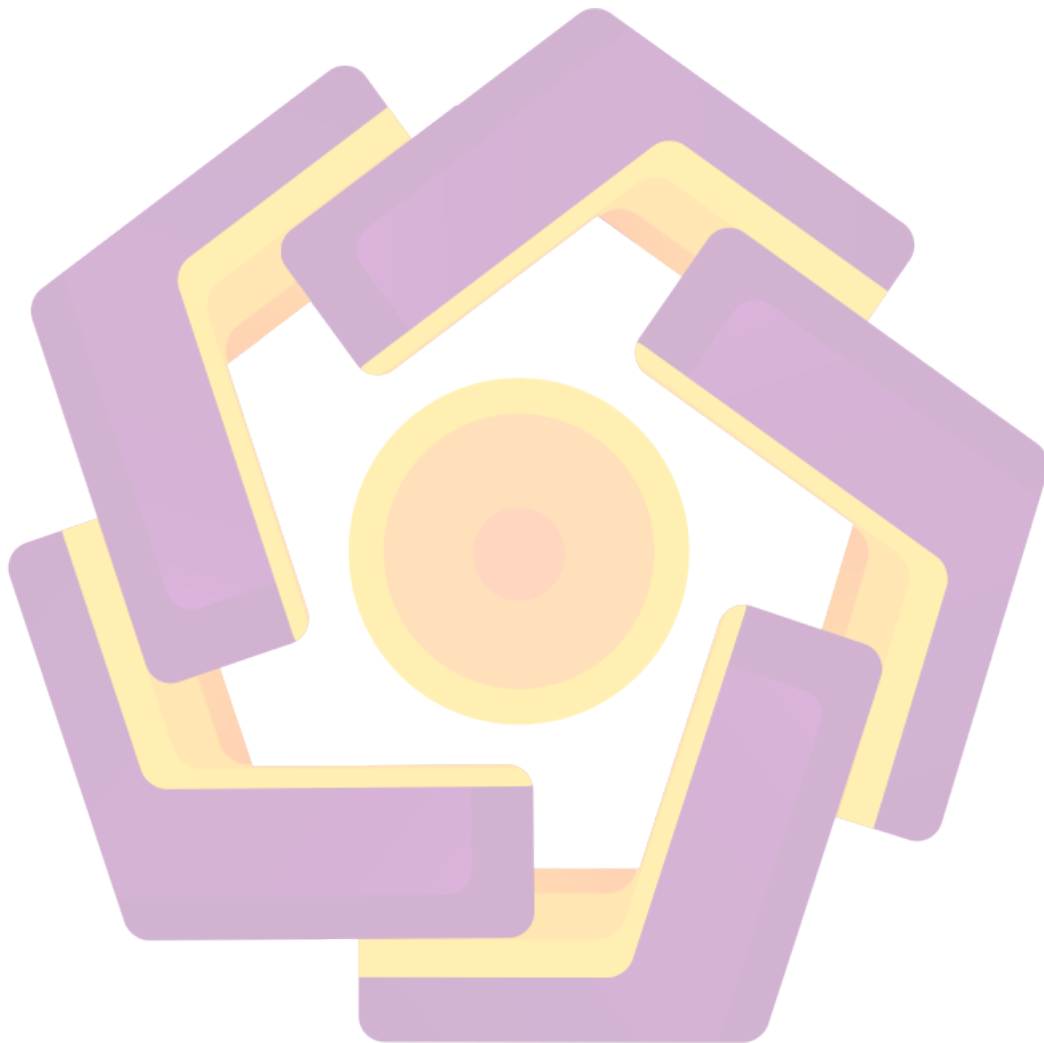
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	13
Tabel 4. 1 Tabel analisis scene 1.....	34
Tabel 4. 2 Tabel analisis scene 2.....	38
Tabel 4. 3 Tabel analisis scene 3.....	40
Tabel 4. 4 Tabel analisis scene 4.....	43
Tabel 4. 5 Tabel analisis scene 5.....	45
Tabel 4. 6 Tabel analisis scene 6.....	46
Tabel 4. 7 Tabel analisis scene 1.....	49
Tabel 4. 8 Tabel analisis scene 2.....	52
Tabel 4. 9 Tabel analisis scene 3.....	53
Tabel 4. 10 Tabel analisis scene 4.....	55
Tabel 4. 11 Tabel analisis scene 5.....	56
Tabel 4. 12 Tabel analisis scene 6.....	57
Tabel 4. 13 Tabel analisis scene 1.....	60
Tabel 4. 14 Tabel analisis scene 2.....	63
Tabel 4. 15 Tabel analisis scene 3.....	65
Tabel 4. 16 Tabel analisis scene 4.....	66
Tabel 4. 17 Tabel analisis scene 5.....	68
Tabel 4. 18 Tabel analisis scene 6.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Scene 1 detik 00:01	33
Gambar 4. 2 Scene 1 detik 00:02	34
Gambar 4. 3 Scene 1 detik 00:04	34
Gambar 4. 4 Scene 2 detik 00:06	37
Gambar 4. 5 Scene 2 detik 00:08	37
Gambar 4. 6 Scene 2 detik 00:10	37
Gambar 4. 7 Scene 3 detik 00:12	40
Gambar 4. 8 Scene 3 detik 00:15	40
Gambar 4. 9 Scene 4 detik 00:16	43
Gambar 4. 10 Scene 5 detik 00:20	44
Gambar 4. 11 Scene 6 detik 00:23	46
Gambar 4. 12 Scene 1 detik 00:01	49
Gambar 4. 13 Scene 1 detik 00:02	49
Gambar 4. 14 Scene 1 detik 00:04	49
Gambar 4. 15 Scene 2 detik 00:06	51
Gambar 4. 16 Scene 2 detik 00:08	51
Gambar 4. 17 Scene 2 detik 00:10	51
Gambar 4. 18 Scene 3 detik 00:12	53
Gambar 4. 19 Scene 3 detik 00:15	53
Gambar 4. 20 Scene 4 detik 00:16	54
Gambar 4. 21 Scene 5 detik 00:20	56
Gambar 4. 22 Scene 6 detik 00:23	57
Gambar 4. 23 Scene 1 detik 00:01	59
Gambar 4. 24 Scene 1 detik 00:02	60
Gambar 4. 25 Scene 1 detik 00:04	60
Gambar 4. 26 Scene 2 detik 00:06	62
Gambar 4. 27 Scene 1 detik 00:08	62
Gambar 4. 28 Scene 2 detik 00:10	63
Gambar 4. 29 Scene 3 detik 00:12	64
Gambar 4. 30 Scene 3 detik 00:15	64

Gambar 4. 31 Scene 4 detik 00:16 66
Gambar 4. 32 Scene 5 detik 00:20 67
Gambar 4. 33 Scene 6 detik 00:23 69



INTISARI

Pesan menjadi salah satu unsur penting dalam suatu komunikasi. Penggunaan suatu pesan dapat dilihat dalam iklan. Iklan dibuat sedemikian rupa agar pesan yang dibuat dapat tersampaikan. Makna pesan dari suatu iklan kerap tidak tersampaikan kepada penonton. Hal tersebut dikarenakan iklan pada era sekarang sering menggunakan unsur tanda dalam penyampaian suatu pesan. Penggunaan tanda pada suatu iklan kerap membuat penonton tidak mengerti makna pesan sebenarnya yang ingin disampaikan. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tanda guna memahami makna pesan yang ada pada suatu iklan. Pada penelitian ini iklan yang diteliti adalah iklan Gojek versi Pasti Ada Jalan Buat Para Jempolan.

Untuk mengungkap makna pesan yang terkandung dalam penggunaan tanda dalam suatu iklan, maka digunakan metode analisis semiotika. Teori yang digunakan adalah milik Charles Sanders Peirce yang menjelaskan tentang trikotomi Peirce. Teori yang berisi *representamen*, *object*, dan *interpretant* digunakan dalam menganalisis tiap adegan dalam iklan Gojek versi Pasti Ada Jalan Buat Para Jempolan. Pengambilan iklan yang dianalisis diambil dari Youtube Gojek Indonesia.

Dari hasil analisis yang dilakukan memberikan hasil bahwa setiap adegan memiliki makna pesannya sendiri, namun adegan satu dengan adegan lainnya memiliki korelasi sehingga keseluruhan dari iklan ini merepresentasikan suatu realita. Kesimpulan dari penelitian ini menghasilkan makna pesan dari iklan Gojek versi Pasti Ada Jalan Buat Para Jempolan, yaitu representasi dari suatu realita kehidupan sosial era modern di era sekarang.

Kata Kunci: Pesan, Iklan, Semiotika

ABSTRACT

Messages are one of the important elements in a communication. The use of a message can be seen in advertising. Advertising is made in such a way that the message created can be conveyed. The meaning of the message of an advertisement is often not conveyed to the audience. This is because advertisements in today's era often use the element of signs in conveying a message. The use of signs in an advertisement often makes the audience not understand the meaning of the actual message to be conveyed. For this reason, this study aims to examine signs in order to understand the meaning of the message in an advertisement. In this study, the advertisement studied was a Gojek ad version of Pasti Ada Jalan Buat Para Jempolan.

To reveal the meaning of the message contained in the use of signs in an advertisement, the method of semiotic analysis is used. The theory used belongs to Charles Sanders Peirce who explains peirce's trichotomy. The theory containing representations, objects, and interpretants is used in analyzing each scene in the Gojek ad version of Pasti Ada Jalan Buat Para Jempolan. The ad retrieval to be analyzed was taken from Gojek Indonesia's Youtube.

From the results of the analysis carried out, it gives the result that each scene has its own message meaning, but one scene with another scene has a correlation so that the entirety of this advertisement represents a reality. The conclusion of this study resulted in the meaning of the message from the Gojek advertisement version of Pasti Ada Jalan Buat Para Jempolan, which is a representation of a reality of modern era social life in the current era.

Keywords: *Message, Advertising, Semiotics*