

ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE DALAM IKLAN

GOJEK INDONESIA VERSI “eBadah”

SKRIPSI



Oleh:

Siti Tri Wulandari

NIM.16240467

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN LOGO



**ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE DALAM IKLAN GOJEK
INDONESIA VERSI “eBadah”**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Jurusan Ilmu Komunikasi

Oleh:

Siti Tri Wulandari

NIM.16240467

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Siti Tri Wulandari dengan Nim : 16240467 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 04 Agustus 2020

Pembimbing I



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn.M.Ikom
NIDN. 0728018304

Pembimbing II



Deny Wahyu Tricana, M.I.Kom
NIDN. 0707078204

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Siti Tri Wulandari ini,
Telah dipertahankan didepan penguji
Pada Hari : Kamis
Tanggal : 13 Agustus 2020
Pukul : 11.00 – 12.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I



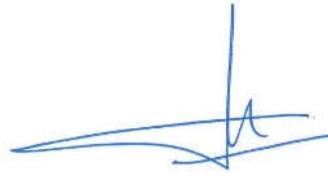
Ayub Dwi Anggoro, PH.D
NIDN: 0725038605

Penguji II



Deny Wahyu Tricana M.I.Kom
NIDN: 0707078204

Penguji III



Oki Cahyo Nugroho, M.IKom
NIDN: 0728018304

Mengetahui,

Dekan



Drs. Jusuf Harsono, M.Si
NIK: 1962011319800912

HALAMAN MOTTO

“When the tired may be a break, but do not give up”

“Involve God on each thing to do “

-s.t. wulandari-



HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT,

Kupersembahkan skripsi ini untuk :

Ibu dan Bapak tercinta.

Terimakasih atas do'a-do'a yang selalu engkau panjatkan disetiap sholatmu, kesabaran yang begitu besar serta keringat yang telah engkau teteskan untuk hidup saya. Maaf masih sering mengecewakanmu. Dijalan yang saya lalui ini semoga engkau selalu mendo'akanku setiap saat hingga mencapai suksesanku nanti.

Teruntuk kedua Kakak ku

Terimakasih telah selalu mendo'akanku dan terus mendukungku sampai saat ini hingga nanti suksesanku kupersembahkan juga untuk kalian.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunianya. Serta saya sampaikan terimakasih atas dukungan dan do'a dari orang-rang tercinta, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul : **“Analisis Semiotika Representasi Kritik Sosial Dalam Iklan Gojek Indonesia Versi “eBadah”**. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati serta rasa bangga dan bahagia, saya haturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberikah rahmat dan hidayahnya pada kelancaran proses saya menimba ilmu, pengalaman, serta proses pengerjaan penelitian ini.
2. Drs. Jusuf Harsono, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan fasilitas bagi penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ayub Dwi Anggoro, P.hD, selaku Ketua Progam Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberi kesempatan serta fasilitas selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Oki Cahyo Nugroho, S.Sn,M.IKom, selaku dosen pembimbing saya dalam penelitian ini. Terimakasih telah membimbing, memberikan perhatian, arahan, petunjuk, serta motivasi kepada saya selama proses penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu, pengalaman, nasihat, serta bantuan yang senantiasa diberikan kepada saya selama menempuh pendidikan di jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
6. Untuk kedua orangtua ku atas dukungan moril dan materil, serta do'anya yang menyertai setiap langkah saya.

7. Wahyu Eka Pratiwi teman dari smk atas bantuan yang begitu besar dan telah menyediakan tempat untuk mengerjakan skripsi ini.
8. Mega Ayu Nur L.H, Anggun Bela P, Zulaihah Allaili, Ria Fitriana, Nihayatul Husna, Kalimatus Sakdiyah atas kebaikan dan bantuan serta semangatnya yang luar biasa dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2016 yang telah berbagi ilmu selama perkuliahan serta tim Jurnalistik yang telah menciptakan begitu banyak kenangan untuk saya.
10. *Myself and MySupport "M.A"*



Ponorogo, 04 Agustus 2020

Penulis

PERNYATAAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Siti Tri Wulandari

Alamat : Dsn. Tumpang RT 17 RW. 02, Ds. Geger, Kec. Geger, Kab.
Madiun

No. Identitas : 16240467

dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul :

“Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Dalam Iklan Gojek Indonesia Versi “eBadah””

adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas

Ponorogo, 04 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Siti Tri Wulandari

NIM: 16240467

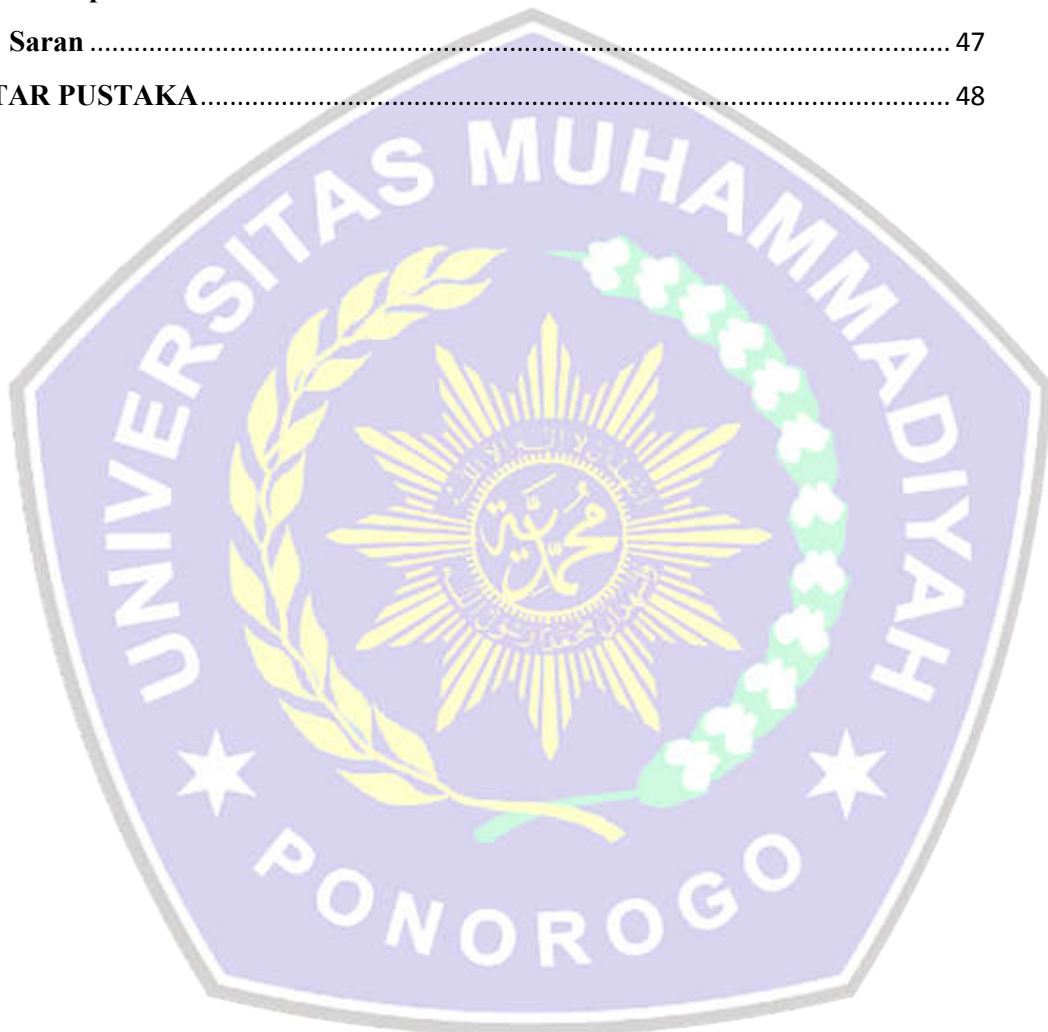
x

x

DAFTAR ISI

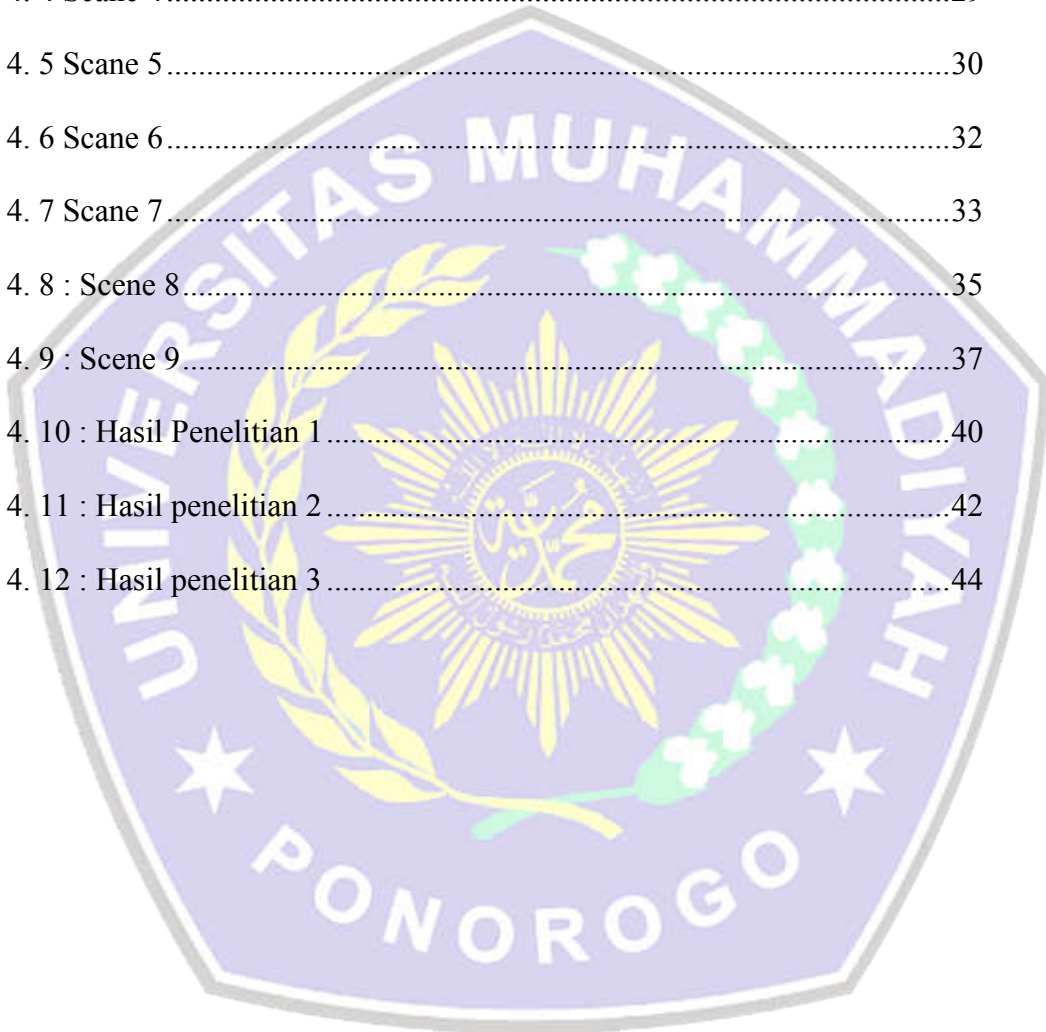
Judul	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kajian Teori	5
2.1.1 Komunikasi.....	5
2.1.2 Media Massa.....	7
2.1.3 Iklan	8
2.1.4 Gojek Indonesia	10
2.1.5 Analisis Semiotika	14
2.2 Kerangka Pikir.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	19

3.3 Sumber Data.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data	19
3.5 Teknik Analisis Data.....	20
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	21
4.1 Deskripsi umum	21
4.2 Pembahasan.....	22
BAB V PENUTUP.....	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Scene 1	22
Tabel 4. 2 Scane 2	24
Tabel 4. 3 Scane 3	26
Tabel 4. 4 Scane 4	29
Tabel 4. 5 Scane 5	30
Tabel 4. 6 Scane 6	32
Tabel 4. 7 Scane 7	33
Tabel 4. 8 : Scene 8	35
Tabel 4. 9 : Scene 9	37
Tabel 4. 10 : Hasil Penelitian 1	40
Tabel 4. 11 : Hasil penelitian 2	42
Tabel 4. 12 : Hasil penelitian 3	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Scane 1 Visual 1	22
Gambar 4. 2 Scane 1 Visual 2	23
Gambar 4. 3 Scane 2 Visual 1.....	24
Gambar 4. 4 Scane 2 Visual 2.....	25
Gambar 4. 5 : Scane 3 Visual 1.....	26
Gambar 4. 6 : Scane 3 Visual 2.....	27
Gambar 4. 7 : Scane 4 Visual 1.....	29
Gambar 4. 8 : Scane 4 Visual 2.....	29
Gambar 4. 9 : Scane 5 Visual 1.....	30
Gambar 4. 10 : Scane 5 Visual 2.....	31
Gambar 4. 11 : Scane 6 Visual 1.....	32
Gambar 4. 12 : Scane 7 Visual 1.....	33
Gambar 4. 13 : Scane 7 Visual 2.....	34
Gambar 4. 14 : Scane 8 Visual 1.....	35
Gambar 4. 15 : Scane 8 Visual 2.....	36
Gambar 4. 16 : Scane 9 Visual 1.....	37
Gambar 4. 17 : Scane 9 Visual 2.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : <i>screenshot scene 1</i>	50
Lampiran 2 : <i>screenshot scene 2</i>	50
Lampiran 3 : <i>screenshot scene 3</i>	51
Lampiran 4 : <i>screenshot scene 4</i>	51
Lampiran 5 : <i>screenshot scene 5</i>	52
Lampiran 6 : <i>screenshot scene 6</i>	52
Lampiran 7 : <i>screenshot scene 7</i>	53
Lampiran 8 : <i>screenshot scene 8</i>	53
Lampiran 9 : <i>screenshot scene 9</i>	54
Lampiran 10 : <i>screenshot scene 10</i>	54
Lampiran 11 : <i>screenshot scene 11</i>	55
Lampiran 12 : <i>screenshot scene 12</i>	56
Lampiran 13 : <i>screenshot scene 13</i>	56
Lampiran 14 : <i>screenshot scene 14</i>	57
Lampiran 15 : <i>screenshot scene 15</i>	57
Lampiran 16 : <i>screenshot scene 16</i>	58
Lampiran 17 : <i>screenshot scene 17</i>	58

ABSTRAK

“ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE DALAM IKLAN GOJEK INDONESIA VERSI “EBADAH””

Siti Tri Wulandari

NIM.16240467

Fokus penelitian ini adalah tentang sebuah iklan eBadah oleh Gojek Indonesia di media youtube dan bagaimana makna tanda yang terdapat pada iklan tersebut. Latar belakang dari penelitian ini yakni berdasarkan fenomena yang terjadi tentang adanya pandemic Covid-19 yang masih tersebar hingga saat ini dan himbauan-himbauan apa saja yang dilakukan pemerintah untuk meminimalisir bertambahnya kasus, serta pada iklan eBadah ini terdapat berbagai himbauan dan ditujukan untuk masyarakat yang kurang mengetahui secara luas informasi yang terjadi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana kritik sosial pada setiap adegan iklan eBadah tersebut, Penelitian dilakukan dengan metode analisis semiotika model Charles Sanders Peirce dalam menganalisis datanya. Dimana pada analisis semiotika model Charles Sanders Peirce memiliki tiga elemen utama, yang disebut teori segitiga makna, yakni; tanda (*sign*), objek (*object*) dan penggunaan data (*interpretant*). Dari hasil penelitian ini kita dapat mengetahui bahwa di setiap adegan dalam iklan eBadah terdapat beberapa makna yang terkandung yang terlihat dari gambar yang sudah tertera yang sering terjadi dilingkungan masyarakat.

Kata Kunci : Iklan, Media Massa, Pesan, Analisis Semiotika