

**ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI “MICHAEL
ESSIEN” di TELEVISI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



OLEH :

MUHAMMAD FAHMI AZIZ

NPM : 1151400978

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2017**

**ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI "MICHAEL
ESSIEN" di TELEVISI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**

OLEH :

MUHAMMAD FAHMI AZIZ

NPM : 1151400978

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2017

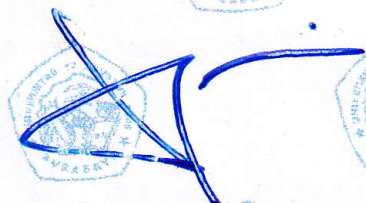
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Muhammad Fahmi Aziz**
 NPM : **1151400978**
 Judul Skripsi : **ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI "MICHAEL
 ESSIEN" di TELEVISI**


Surabaya, 08 Februari 2018

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing



Dr. Endro Tjahjono, MM



Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal : 08 Februari 2018.

Dewan Penguji :

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom.

Dr. Endro Tjahjono, MM

Hamim, Dipl., S.Sos., M.Si

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan,



Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Fahmi Aziz
NPM : 1151400978
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI "MICHAEL
ESSIEN" di TELEVISI

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang di gunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian dan seluruhnya sebagai plagian dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 08 Februari 2018

Yang membuat Pernyataan


(Muhammad Fahmi Aziz)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa:

Nama : M. FAHMI AZIZ
Nomor Mahasiswa : 115 1400 978

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul :
Analisis Makna Ikon Goresk Versi "Michael Eisien"
di Televisi

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada).

Dengan demikian saya memberikan kepada Badan Perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Surabaya

Pada tanggal : 31-05-2018

Yang menyatakan



(M. FAHMI AZIZ)

**ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI “MICHAEL
ESSIEN” di TELEVISI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

MUHAMMAD FAHMI AZIZ

NPM : 1151400978

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2017**

ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI “MICHAEL ESSIEN” di TELEVISI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

MUHAMMAD FAHMI AZIZ

NPM : 1151400978

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Fahmi Aziz
NPM : 1151400978
Judul Skripsi : ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI “MICHAEL
ESSIEN” di TELEVISI

Surabaya, 08 Februari 2018

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, MM

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan di terima untuk memenuhi syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal : 08 Februari 2018.

Dewan Penguji :

Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom.

Dr. Endro Tjahjono, MM

Hamim, Dipl., S.Sos., M.Si

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM

MOTTO

“ ingat bahwa kesempatan itu tidak pernah hilang, coba dan terus mencoba “

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muhammad Fahmi Aziz
NPM : 1151400978
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI “MICHAEL
ESSIEN” di TELEVISI

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang di gunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian dan seluruhnya sebagai plagian dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 08 Februari 2018

Yang membuat Pernyataan

(Muhammad Fahmi Aziz)

ABSTRAK

Muhammad Fahmi Aziz | 1151400978
ANALISIS MAKNA IKLAN GOJEK VERSI “MICHAEL ESSIEN”
di TELEVISI

Iklan merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam pemasaran produk. Dengan adanya iklan, masyarakat dapat mengetahui informasi dan tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Tidak terkecuali perusahaan Go – Jek yang menawarkan jasa melalui iklan. Iklan Go – Jek versi Michael Essien di Televisi menjadikan ketertarikan tersendiri karena menampilkan pemeran utama, seorang pemain sepak bola dunia asal Negara Ghana yang pernah bermain di beberapa klub Eropa. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce dengan tujuan untuk menganalisis *representamen*, *object* dan *interpretant* pada iklan Go – Jek versi Michael Essien . Sumber data menggunakan dokumentasi, observasi dan studi pustaka. Teknik pengumpulan data dengan mengolahnya melalui data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini, lokasi dalam iklan berada dalam berbagai macam scene yaitu di Kota Bandung, tempat berkumpul Michael Essien, tempat tinggal Michael Essien, lapangan sepak bola. Adanya gambar motor yang berwarna hijau dalam logo Go – Jek menjadikan simbol dalam iklan. Tulisan bawah dalam iklan menjadikan indeks dalam iklan yaitu, fungsi teks bawah dalam iklan adalah membantu konsumen agar dapat mengetahui apa yang diucapkan oleh pemeran Michael Essien. Dalam iklan menunjukkan lima menu yang ada di dalam aplikasi Go – Jek. Kelima menu tersebut adalah Go – Car yang berfungsi untuk mengantar orang dengan menggunakan kendaraan roda empat (mobil), Go – Ride yang berfungsi untuk mengantar orang menggunakan kendaraan roda dua (motor), Go – Food yang berfungsi untuk memesan makanan, Go – Pay yang berfungsi untuk melakukan pembayaran non tunai, Go – Clean yang berfungsi untuk membersihkan rumah.

Kata Kunci : Iklan, Semiotika, Go-Jek

ABSTRACT

Muhammad Fahmi Aziz | 1151400978

**MAKING ANALYSIS OF GOJEK ADVANCE VERSION "MICHAEL ESSIEN"
on television**

Advertising is one of the decisive factors in product marketing. With the advert, people can find out information and are interested in using the product. No exception Go-Jek companies that offer services through advertising. The Go - Jek version of Michael Essien on Television has been an exciting attraction because it features a leading role player, a world football player from Ghana who has played in several European clubs. This research uses Charles Sanders Peirce's semiotic approach in order to analyze representamen, object and interpretant on Michael Essien's Go-Jek commercial. The data source uses documentation, observation and literature study. Technique of collecting data by processing it through primary data and secondary data. The results of this study, the location in the ad is in a variety of scenes in the city of Bandung, a place to gather Michael Essien, residence Michael Essien, soccer field. The existence of a green motor image in the logo Go - Jek make a symbol in the ad. The bottom writing in the ad makes the index in the ad, that is, the function of the bottom text in the ad is to help the consumer to know what is said by the actor Michael Essien. In the ad shows five menus that exist within the Go - Jek app. Fifth menu is Go - Car that serves to drive people by using four - wheel vehicle (car), Go - Ride that serves to drive people using two - wheeled vehicles (motor), Go - Food serves to order food, Go - Pay the serves to make non-cash payments, Go - Clean that works to clean the house.

Keywords : Ads, Semiotics, Go-Jek

KATA PENGANTAR

Puji syukur tiada henti peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Analisis Makna Iklan Go – Jek Versi Michael Essien di Televisi”.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Endro Tjahjono, MM. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. AAI. Prihandari Satvikadewi, S.Sos, M. Med. Kom. Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini sampai selesai.
5. Drs. Bagoes Sunarjanto, M.Si. selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, masukan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini sampai selesai.

6. Dra. Indah Murti, M.Si. selaku dosen wali yang menjadi motivasi untuk menyelesaikan Skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
8. Para staf tata usaha baik umum dan akademik atas bantuannya yang telah memberikan informasi kepada peneliti selama ini.
9. Para teman FISIP – Ilmu Komunikasi angkatan 2014 terutama sahabat dari *Larak'an family, Keong Squad family* yang telah mengiringi perjalanan sejak awal hingga akhir perkuliahan dan memberikan banyak bantuan dalam proses belajar beserta semua kenangannya.
10. Rekan-rekan kerja yang telah memberikan dukungan dan pengertiannya kepada peneliti yang sering ijin kerja guna untuk kepentingan menyelesaikan proses skripsi.
11. Lebih khusus ucapan terima kasih peneliti tunjukkan kepada orang tua tercinta yang senantiasa memberikan dukungan serta do'a sehingga bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini dan adik tersayang Muallifah yang selalu menghibur dengan keceriaannya.
12. Dan semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu peneliti dengan tangan terbuka mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca dan semoga

segala bantuan, dukungan, dan pengorbanan yang telah diberikan kepada peneliti menjadi amal yang dapat diterima dan mendapat balasan dari Allah SWT. Akhir kata dengan segala keterbatasan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Surabaya, 08 Februari 2018

Peneliti

Muhammad Fahmi Aziz

1151400978

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul.....	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Tanda Pengesahan Skripsi.....	iii
Motto.....	iv
Surat Pernyataan Keaslian.....	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Komunikasi Massa	11
2.2.1.1 Komponen Komunikasi Massa	11
2.2.1.2 Ciri – Ciri Komunikasi Massa	13
2.2.1.3 Proses Komunikasi Massa	13
2.2.1.4 Fungsi Komunikasi Massa	13
2.2.2 Televisi	14
2.2.2.1 Pengertian Televisi	14
2.2.2.2 Fungsi Televisi	15
2.2.2.2.1 Fungsi Informatif	15
2.2.2.2.2 Fungsi Persuasif	16
2.2.2.3 Karakteristik Televisi	16
2.2.2.4 Kelebihan dan Kekurangan Televisi	17
2.2.3 Iklan	18
2.2.3.1 Pengertian Iklan	18

2.2.3.2 Bahasa Dalam Iklan	18
2.2.3.3 Jenis – Jenis Tampilan Pesan Iklan.....	19
2.2.3.4 Fungsi Iklan	20
2.2.3.5 Tujuan Iklan.....	20
2.2.4 Semiotika	21
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	25
3.2 Peran Peneliti.....	25
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.3.1 Dokumentasi	25
3.3.2 Metode Observasi	26
3.3.2 Studi Pustaka.....	26
3.4 Teknik Pengolahan Data.....	26
3.4.1 Data Primer	27
3.3.2 Sukender	27
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.6 Keabsahan Data.....	28

BAB IV DESKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA & PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek	29
4.1.1 Gambaran Umum Iklan	29
4.2 Penyajian Data.....	31
Gambar <i>Scene 1</i>	31
Gambar <i>Scene 2</i>	32
Gambar <i>Scene 3</i>	32
Gambar <i>Scene 4</i>	33
Gambar <i>Scene 5</i>	34
Gambar <i>Scene 6</i>	35
4.3 Pembahasan	36
4.3.1 Analisis Teori Charles Sander Pierce	36
Tabel 4.1	37
Deskripsi Tabel 4.1	37
Tabel 4.2	38
Deskripsi Tabel 4.2	39
Tabel 4.3	39

Deskripsi Tabel 4.3	40
Tabel 4.4	41
Deskripsi Tabel 4.4	41
Tabel 4.5	42
Deskripsi Tabel 4.5	43
Tabel 4.6	44
Deskripsi Tabel 4.6	44
4.4 Hasil Penelitian	45

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Rekomendasi	49

DAFTAR PUSTAKA