



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Advertising & Marketing Communication
Rafi Devari
44315010035

Makna Gaya Hidup Pada Iklan Go-jek Versi “Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih” di Media Youtube (Studi Semiotika Ferdinand De Saussure)

Jumlah Halaman : viii + 95 halaman + 1 lampiran

Bibliografi : 39 acuan, 2010-2017

ABSTRAK

Beriklan merupakan salah satu bentuk dari komunikasi. Untuk mengkaji tanda dan simbol dalam iklan dapat menggunakan metode analisis semiotika. Semiotika adalah suatu disiplin ilmu dan metode analisis yang dimana untuk mengkaji tanda-tanda yang terdapat pada suatu objek yang bertujuan untuk mengetahui makna apa yang terkandung. Tujuan dari meneliti iklan ini untuk mengetahui bagaimana makna gaya hidup pada iklan Go-jek versi “Hidup Tanpa Batas Itu Apa Sih” di media *Youtube*.

Teori yang digunakan adalah teori Semiotika Ferdinand De Saussure yang menjelaskan bahwa tanda memiliki unsur yang saling berhubungan yaitu penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), penanda yakni bunyi atau coretan bermakna, dan petanda yakni gambar atau konsep sesuatu dari penanda. Hubungan antara kedua tersebut disebut signifikasi.

Penelitian bersifat kualitatif serta menggunakan paradigma konstruktivis. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu pengamatan terhadap iklan sehingga makna dari pesan motivasi dapat terkonstruksi berdasarkan sudut pandang pemikiran peneliti

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pada iklan ini ada pesan-pesan yang ingin disampaikan yaitu *Brand Identity* dan Gaya Hidup. *Brand identity* mengarah pada apa yang kita lihat dan rasakan tentang sebuah brand dengan melihat visual mereka. Sedangkan gaya hidup masyarakat di perkotaan bagaimana masyarakat perkotaan yang memiliki situasi lingkungan yang berhubungan erat dengan jarak dan waktu. Melalui Iklan ini Go-jek ingin menyentuh dan mempersuasi masyarakat kelas menengah keatas bagaimana kehidupan mereka berjalan secara dinamis, seakan-akan waktu 24 jam tidak cukup

Kata Kunci : Makna gaya hidup, Semiotika Ferdinand De Saussure, *Brand Identity*, *Go-jek*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mercu Buana University
Faculty of Communication
Studies Digital Advertising & Marketing Communication
Rafi Devari
44315010035

Lifestyle Meanings of Go-jek Advertising Version "Life Without Limits Is What It Is" on Youtube Media (Ferdinand De Saussure Semiotics Study)

Number of Pages : viii + 95 pages + 1 attachment

Bibliography : 39 references, 2010-2017

ABSTRACT

Advertising is a form of communication. To study the signs and symbols in advertisements, a semiotic analysis method can be used. Semiotics is a scientific discipline and method of analysis in which to examine the signs contained in an object that aims to find out the meaning of what is contained. The purpose of researching this ad is to find out how the meaning of lifestyle in the Go-jek ad version "Life Without Limits Is Anything" on media Youtube.

The theory used is Ferdinand De Saussure's Semiotics theory which explains that a sign has an interconnected element, which is a signifier and a signified, a sign that is a meaningful sound or streak, and a sign that is a picture or concept of something from a marker. The relationship between the two concepts is called significance.

Research is qualitative and uses a constructivist paradigm. The data collection technique used is observation of advertisements so that the meaning of motivational messages can be constructed based on the viewpoint of the researchers' thinking

Based on the results of the study it can be concluded that in this advertisement there are messages to be conveyed namely Brand Identity and Lifestyle. Brand identity leads to what we see and feel about a brand by seeing their visuals. While the lifestyle of people in urban areas how urban communities that have environmental situations that are closely related to distance and time. Through this advertisement, Go-jek wants to touch and persuade the middle class and above how their lives run dynamically, as if 24 hours are not enough.

Keywords : *The meaning of lifestyle, Semiotics Ferdinand De Saussure, Brand Identity, Go-jek*