

**REPRESENTASI KEPERCAYAAN IKLAN GOJEK VERSI “PARA
PENJAGA AMANAH” DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(STUDI SEMIOTIKA IKLAN GOJEK VERSI
“PARA PENJAGA AMANAH”)**

SKRIPSI



Oleh :

RAHARDINNA ASTARI PUTRI
NPM. 1643010160

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “ VETERAN JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2021

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis panjatkan puji syukur atas kelimpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, Skripsi yang berjudul **“Representasi Kepercayaan Iklan Gojek versi “Para Penjaga Amanah” Di Media Sosial Instagram (Studi Semiotika Iklan Gojek versi “Para Penjaga Amanah”)** dapat penulis susun dan selesai sebagai bentuk syukur dan tanggung jawab atas terlaksananya kegiatan skripsi. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat kelulusan Program Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN Veteran Jawa Timur.

Dalam proses penyelesaian Skripsi ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku Rektor UPN Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur.
3. Dra. Herlina Sukmawati, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis.
Terima kasih atas segala kontribusi Ibu terkait penyusunan skripsi.
4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi serta Staf Karyawan Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur

5. Ibu Ardhiana Kusuma Endahsari, Rahardian Daniswara selaku Ibu dan Kakak penulis telah memberikan support dan dukungan yang luar biasa hingga skripsi ini terselesaikan.
6. Bapak Hendra Setiawan, Bapak Samsul Anam, Ibu Retno Pratiwi, yang terus memberi dukungan, motivasi, doa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur Angkatan 2016
8. Samiyah, sahabat penulis semenjak SMP yang dengan setia mendengar keluh kesah penulis, dan terus memotivasi dalam penyusunan laporan magang ataupun penyusunan skripsi.
9. Tikriti Puspa Nirmala, Herlinan Novita, Novia Wahyu, Candra Ayu, Rafika Veni, Maria Natalia, Sahabat-Sahabat penulis yang juga memberikan dukungan dan support.
10. Akbar Alif Utama, Happy A. Wardhani yang banyak sekali membantu penulis dalam penyusunan skripsi, terima kasih banyak saya ucapkan. Sukses untuk kalian semua.
11. Teruntuk Sehun, Doyoung, Vernon, Hyunjae dan member EXO, NCT, Seventeen, The Boyz yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu, terimakasih untuk motivasi lewat lagu yang kalian berikan sehingga penulis dapat melewati ini semua

Akhir kata penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap adanya kritik dan saran membangun dari para pembaca demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan berpengaruh positif untuk semua pihak.

Surabaya, Juni 2021

Rahardinna Astari Putri

JUDUL PENELITIAN : REPRESENTASI KEPERCAYAAN IKLAN
GOJEK VERSI “PARA PENJAGA AMANAH” DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(STUDI SEMIOTIKA IKLAN GOJEK VERSI
“PARA PENJAGA AMANAH”)

Nama Mahasiswa : Rahardinna Astari Putri

NPM : 1643010160

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

PEMBIMBING



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 198511072018032001

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, M.S., CHRA
NIP. 19500701 198703 1001

**REPRESENTASI KEPERCAYAAN IKLAN GOJEK VERSI “PARA
PENJAGA AMANAH” DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
(Studi Semiotika Iklan Gojek Versi “Para Penjaga Amanah”)**

Disusun Oleh:
Rahardinna Astari Putri
1643010160

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 4 Juni 2021

PEMBIMBING



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 198511072018032001

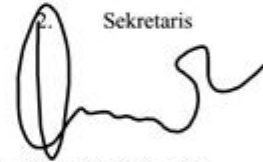
TIM PENGUJI

1. Ketua



Dra. Herlina Suksmawati, M.Si
NIP. 198511072018032001

2. Sekretaris



Dra. Diana Amelia, M.Si
NIP. 19630907 199103 2001

3. Anggota



Dra. Dyva Claretta, M.Si
NPT. 3 6601 94 00251

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Dirsu Soekarno, MS, CHRA
NIP. 19590711 1987031001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis panjatkan puji syukur atas kelimpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, Skripsi yang berjudul **“Representasi Kepercayaan Iklan Gojek versi “Para Penjaga Amanah” Di Media Sosial Instagram (Studi Semiotika Iklan Gojek versi “Para Penjaga Amanah”)** dapat penulis susun dan selesai sebagai bentuk syukur dan tanggung jawab atas terlaksananya kegiatan skripsi. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai syarat kelulusan Program Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik UPN Veteran Jawa Timur.

Dalam proses penyelesaian Skripsi ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT selaku Rektor UPN Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur.
3. Dra. Herlina Sukmawati, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis.
Terima kasih atas segala kontribusi Ibu terkait penyusunan skripsi.
4. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi serta Staf Karyawan Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur

5. Ibu Ardhiana Kusuma Endahsari, Rahardian Daniswara selaku Ibu dan Kakak penulis telah memberikan support dan dukungan yang luar biasa hingga skripsi ini terselesaikan.
6. Bapak Hendra Setiawan, Bapak Samsul Anam, Ibu Retno Pratiwi, yang terus memberi dukungan, motivasi, doa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Teman-teman Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jawa Timur Angkatan 2016
8. Samiyah, sahabat penulis semenjak SMP yang dengan setia mendengar keluh kesah penulis, dan terus memotivasi dalam penyusunan laporan magang ataupun penyusunan skripsi.
9. Tikriti Puspa Nirmala, Herlinan Novita, Novia Wahyu, Candra Ayu, Rafika Veni, Maria Natalia, Sahabat-Sahabat penulis yang juga memberikan dukungan dan support.
10. Akbar Alif Utama, Happy A. Wardhani yang banyak sekali membantu penulis dalam penyusunan skripsi, terima kasih banyak saya ucapkan. Sukses untuk kalian semua.
11. Teruntuk Sehun, Doyoung, Vernon, Hyunjae dan member EXO, NCT, Seventeen, The Boyz yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu, terimakasih untuk motivasi lewat lagu yang kalian berikan sehingga penulis dapat melewati ini semua

Akhir kata penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap adanya kritik dan saran membangun dari para pembaca demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan berpengaruh positif untuk semua pihak.

Surabaya, Juni 2021

Rahardinna Astari Putri

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
ABSTRAKSI	vi
BAB I	PENDAHULUAN	1
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Rumusan Masalah	9
	1.3 Tujuan Penelitian	9
	1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	5
	2.1. Penelitian Terdahulu	5
	2.2. Landasan Teori	6
	2.2.1 Komunikasi	7
	2.2.2 Komunikasi	10
	2.2.3 Iklan	11
	2.2.4 Instagram	12

	2.3. Semiotika Model Roland Barthes	11
	2.4. Kerangka Berpikir	12
BAB III	METODE PENELITIAN	16
	3.1. Jenis Penelitian	17
	3.2. Corpus	15
	3.3. Operasionalisasi Konsep	39
	3.4. Subjek Penelitian	40
	3.5. Teknik Pengumpulan Data	42
	3.6. Teknik Analisis Data	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	54
	4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
	4.1.1. Deskripsi Penelitian	59
	4.1.2. Gambaran Umum Iklan Gojek versi “Para Penjaga Amanah	59
	4.1.3 Sinopsis Iklan Gojek “Versi Para Penjaga Amanah”	61
	4.2. Penyajian Data dan Analisis Data	61
	4.3. Hasil Penelitian	63
	4.3.1. Analisis Scene Kelima Iklan Gojek	67
	4.3.2. Analisis Scene Ketujuh Iklan Gojek	71

4.3.3. Analisis Scene Kesepuluh Iklan Gojek.....	74
4.3.4 Analisis Scene Ketiga Belas Iklan Gojek.....	76
4.3.5. Analisis Scene Terakhir Iklan Gojek.....	79
4.4.1 Representasi Makna Kepercayaan dalam Iklan Gojek “Para Penjaga Amanah”	80
4.4. Pembahasan	
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1. Kesimpulan	86
5.2. Saran	87
5.2.1. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	

DAFTAR LAMPIRAN GAMBAR





Kami bangga,



di percaya untuk menjaga si kesayangan...





Kami siap mengantar barang yang ketinggalan,



Kami siap mengantar barang yang ketinggalan,



Kami siap mengantar barang yang ketinggalan,



karena kami tahu kamu sangat membutuhkan...



Kepercayaanmu adalah amanah yang akan kami jaga.



Kepercayaanmu adalah amanah yang akan kami jaga.



Meski kadang tidak mudah, tapi...



Meski kadang tidak mudah, tapi...



ABSTRAK

Rahardinna Astari Putri. REPRESENTASI KEPERCAYAAN IKLAN GOJEK VERSI “PARA PENJAGA AMANAH” DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (STUDI SEMIOTIKA IKLAN GOJEK VERSI “PARA PENJAGA AMANAH”).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi makna yang menunjukkan Representasi Kepercayaan dalam Iklan Gojek versi “Para Penjaga Amanah”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes.

Hasil penelitian ini adalah makna kepercayaan yang ada dalam iklan tersebut dapat ditunjukkan melalui beberapa scene yang telah dipilih oleh peneliti yang menunjukkan kepercayaan didalamnya. Diantaranya yakni dari sisi gestur senyuman yang diperlihatkan memberi arti wujud keramah tamahan serta rasa kepedulian. Makna kepercayaan dalam hal iklan ini tercipta dari bentuk pelanggan mempercayakan jasa gojek ini sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci : Iklan, Semiotika, Roland Barthes

ABSTRACT

Rahardinna Astari Putri. REPRESENTATION OF TRUST IN GOJEK ADVERTISING VERSION "THE MANAGERS OF AMANAH" ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA (SEMIOTICS STUDY OF GOJEK ADVERTISING VERSION "THE MANAGERS OF AMANAH").

This study aims to identify the meaning that shows the Representation of Trust in the Gojek Ad version of "The Guardians of the Trust". This study aims to identify the meaning that shows the Representation of Trust in the Gojek Ad version of "The Guardians of the Trust".

The result of this study is that the meaning of trust in the advertisement can be shown through several scenes that have been selected by the researcher that show the belief in it. Among them, from the point of view of the smile gesture that is shown to give meaning to the form of hospitality and a sense of caring. Among them, from the point of view of the smile gesture that is shown to give meaning to the form of hospitality and a sense of caring.

Keywords : Advertising, Semiotic, Roland Barthes