

REPRESENTASI GENERASI Z DALAM IKLAN

(Analisis Tekstual Representasi Generasi Z Dalam Iklan “*Du It Your Way With Gopay*”)

SKRIPSI



Oleh:

DENNY RIZALDI

NPM. 1643010017

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM STUDI ILMU

KOMUNIKASI

2021

REPRESENTASI GENERASI Z DALAM IKLAN

**(Analisis Tekstual Representasi Generasi Z dalam Iklan “Du It Your Way
With GoPay”)**

Disusun oleh :



Denny Rizaldi

1643010017

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui

Pembimbing Utama



Dra. Sumardijjati, M.Si

NIP. 196203231993092001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS.CHRA
NIP. 1959071 198703 1001

REPRESENTASI GENERASI Z DALAM IKLAN

(Analisis Tekstual Representasi Generasi Z Dalam Iklan “Du It Your Way With Gopay”)

Disusun Oleh :

DENNY RIZALDI

NPM. 1643010017

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 25 Januari 2021

PEMBIMBING

TIM PENGUJI



Dra. Sumardijjati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001

1. Ketua



Dra. Sumardijjati, M.Si
NIP. 19620323 199309 2001

2. Sekretaris



Ir. H. Didiek Tranggono, M.Si
NIP. 19581225 19900 11001

3. Anggota



Riri Puspitasari T., S.Ikom., M. Med.Kom
NPT. 3 89804 1300340 1

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, M.S., C.I.R.A.
NIP. 1959 0701 1987 031001

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **REPRESENTASI GENERASI Z DALAM IKLAN (Analisis Tekstual Representasi Generasi Z Dalam Iklan“*Du It Your Way With Gopay*”)**dengan lancar dan tepat waktu.

Dalam menyelesaikan penelitian ini tentu penulis menemui hambatan dan tantangan. Sehingga penulis sepenuhnya sadar, apabila dalam penulisan laporan ini masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan permohonan maaf sebesar-besarnya serta kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini bisa menjadi lebih baik.

Dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jatim.
2. DR. Yuli Candrasari, M. Si selaku Koordinator Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jawa Timur
3. Dra. Sumardijjati, M,Si selaku dosen pembimbing yang telah sabar memberikan waktunya selama proses bimbingan skripsi.
4. Dosen Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

5. Papa, Mama, dan Seluruh Keluarga Denny yang selalu memberikan dukungan secara penuh kepada penulis.
6. Segenap keluarga UPN Televisi angkatan 15 yang selalu mensupport dan juga menyemangati saya.
7. Adam, Roland, Lado, Fajar, Satria, Khelvin, Kikik, Ocit dan semua teman-teman terbaik “Mbanyaki” atas segala canda tawa yang telah dijalani bersama selama perkuliahan.
8. Mas Adit Gondrong, Embiks, Manis, Iyan, dan juga Ferdy yang juga selalu mensupport dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan berkaitan dengan skripsi ini, Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin.

Surabaya, 11 Januari 2021

Penulis



DENNY RIZALDI

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Iklan dan Perkembangannya di Era <i>New Media</i>	12

2.2.2	<i>Youtube</i> sebagai Media Periklanan	21
2.2.3	Representasi	24
2.2.4	Generasi Z dan Budaya	25
2.2.5	<i>Gojek</i> dan <i>Gopay</i> Indonesia	28
2.2.6	Analisis Tekstual	28
2.2.7	Kerangka Berpikir	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Definisi Konseptual	34
3.2.1	Representasi	34
3.2.2	Generasi Z	35
3.2.3	Iklan	35
3.3	Objek Penelitian	36
3.4	Corpus Penelitian	37
3.5	Sumber Data	40
3.5.1	Sumber Data Primer	40
3.5.2	Sumber Data Sekunder	41
3.6	Teknik Pengumpulan Data	41
3.6.1	Dokumentasi	41

3.6.2 Studi Pustaka.....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.2 Penyajian dan Analisis Data.....	46
4.3 Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	98
Daftar Pustaka	100
Lampiran	103

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir 32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	3
Gambar 2.1	30
Gambar Korpus 1.....	38
Gambar Korpus 2.....	38
Gambar Korpus 3.....	39
Gambar Korpus 4.....	39
Gambar Korpus 5.....	40
Gambar Korpus 6.....	40
Gambar 4.1 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 1 Iklan “Du It Your Way with GoPay”</i>	48
Gambar 4.2 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 1 Iklan “Du It Your Way with GoPay”</i>	49
Gambar 4.3 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 1 Iklan “Du It Your Way with GoPay”</i>	49
Gambar 4.4 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 1 Iklan “Du It Your Way with GoPay”</i>	50

Gambar 4.5 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 1</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	50
Gambar 4.6 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 1</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	50
Gambar 4.7 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 2</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	54
Gambar 4.8 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 2</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	55
Gambar 4.9 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 2</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	55
Gambar 4.10 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 2</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	55
Gambar 4.11 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 2</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	56
Gambar 4.12 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 2</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	56
Gambar 4.13 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 2</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	

.....	56
Gambar 4.14 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 2</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	57
Gambar 4.15 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 3</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	60
Gambar 4.16 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 3</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	60
Gambar 4.17 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 3</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	60
Gambar 4.18 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 3</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	61
Gambar 4.19 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 3</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	61
Gambar 4.20 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 4</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	65
Gambar 4.21 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 4</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	66

Gambar 4.22 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 4</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	66
Gambar 4.23 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 4</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	67
Gambar 4.24 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 4</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	67
Gambar 4.25 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 4</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	67
Gambar 4.26 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 4</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	68
Gambar 4.27 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 4</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	68
Gambar 4.28 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 5</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	71
Gambar 4.29 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 5</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	
.....	71
Gambar 4.30 Potongan <i>Shot</i> pada <i>Scene 5</i> Iklan “ <i>Du It Your Way with GoPay</i> ”	

.....71

Gambar 4.31 Potongan *Shot* pada *Scene 5* Iklan “*Du It Your Way with GoPay*”

.....72

Gambar 4.32 Potongan *Shot* pada *Scene 5* Iklan “*Du It Your Way with GoPay*”

.....72

Gambar 4.33 Potongan *Shot* pada *Scene 5* Iklan “*Du It Your Way with GoPay*”

.....72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Korpus Penelitian.....	38
Tabel 4.1 Deskripsi Tanda <i>Scene</i> 1.....	51
Tabel 4.2 Deskripsi Tanda <i>Scene</i> 2.....	54
Tabel 4.3 Deskripsi Tanda <i>Scene</i> 3.....	59
Tabel 4.4 Deskripsi Tanda <i>Scene</i> 4.....	65
Tabel 4.5 Deskripsi Tanda <i>Scene</i> 5.....	70

ABSTRAKSI

DENNY RIZALDI, REPRESENTASI GENERASI Z DALAM IKLAN (Analisis Tekstual Representasi Generasi Z dalam Iklan “*Du It Your Way With GoPay*”)

Salah satu penyedia layanan dompet digital di Indonesia yaitu *GoPay* membuat sebuah iklan untuk mengenalkan fitur-fitur yang ada pada aplikasi mereka. Iklan mereka yang berjudul “*Du It Your Way wit GoPay*” ini menampilkan budaya, sifat, hingga karakteristik dari Generasi Z dalam menjalani kehidupan sehari-hari mereka. Dari sini peneliti tertarik untuk melakukan analisis dan dikaitkan dengan konsep Generasi Z. Peneliti dalam menganalisis iklan ini menggunakan metode analisis tekstual milik Alan Mckee. Generasi Z dalam tayangan iklan ini digambarkan memiliki berbagai problematika yang dihadapi dalam berbagai kegiatan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dan juga *GoPay* menampilkan secara tidak langsung budaya atau kebiasaan dari generasi Z ini dalam melalui segala problematika yang mereka hadapi tersebut. *GoPay* melalui iklan mereka ini menunjukkan fitur-fitur yang ada di aplikasi mereka yang bisa mengatasi problematika-problematika yang dialami oleh Generasi Z. Disini peneliti menemukan beberapa sifat yang dipunyai oleh Generasi Z, yaitu tidak ingin ribet, *cashless* (jarang mempunyai uang tunai), berhutang/memiliki cicilan, serta candu dalam bermain game online. Dan dari sifat-sifat tadi sesuai dengan karakteristik yang dimiliki oleh Generasi Z sendiri, yaitu fasih akan teknologi, *multitasking*, serba instan, dan juga ekspresif.

Kata Kunci : Iklan, *GoPay*, Generasi Z, Analisis Tekstual

ABSTRACT

DENNY RIZALDI, GENERATION Z REPRESENTATION IN ADVERTISING (Textual Analysis Of Generation Z Representation In Advertising "Du It Your Way With Gopay")

One of the digital wallet service providers in Indonesia, GoPay, created an advertisement to introduce the features of their application. Their ad, entitled “Du It Your Way wit GoPay”, shows the culture, traits, and characteristics of Generation Z in living their daily lives. From here the researcher is interested in analyzing and related to the concept of Generation Z. Researchers in analyzing this advertisement use Alan Mckee's textual analysis method. Generation Z in these advertisements is described as having various problems faced in various activities in their daily lives. And also GoPay indirectly displays the culture or habits of this Z generation through all the problems they face. GoPay through their advertisement shows the features in their application that can solve the problems experienced by Generation Z. Here the researchers found several characteristics that Generation Z has, namely not wanting to be complicated, cashless (rarely has cash), owe / have installments, as well as addiction in playing online games. And from these traits in accordance with the characteristics possessed by Generation Z itself, namely fluent in technology, multitasking, instantaneous, and also expressive.

Keywords: Advertising, GoPay, Generation Z, Textual Analysis