

**ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN PADA IKLAN  
TOKOPEDIA**

**'GOPEK YANG BERTARUHAN'**

**TUGAS AKHIR**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Oleh :**

**YOLANDA NATASIA**

**1161003193**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2020**

**ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN PADA IKLAN  
TOKOPEDIA**

**'GOPEK YANG BERHARGA'**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Oleh :**

**YOLANDA NATASIA**

**1161003193**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Universitas Bakrie

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Yolanda Natasia

NIM : 1161003193

Tanda Tangan :



Tanggal : 8 September 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Universitas Bakrie

### HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas akhir diajukan oleh:

Nama: Yolanda Natasia

NIM: 1161003193

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Fakultas: Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi: Analisis Semiotika Makna Pesan Pada Iklan Tokopedia 'Gopek Yang Berharga'

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph.D

Penguji 1 : Adrian Arditiar, M.I.Kom

Penguji 2 : Algooth Putranto, Sp. Mikom

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 8 September 2020



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan cinta kasih-Nya yang begitu besar sehingga saya memperoleh kekuatan dan kelancaran untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir saya ini yang berjudul ‘Analisis Semiotika Makna Pesan Pada Iklan Tokopedia ‘*Gopek* Yang Berharga’ dan sehingga Tugas Akhir ini dapat saya selesaikan sesuai waktu yang telah ditentukan.

Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik pastinya dengan dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, Saya ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penulisan Tugas Akhir ini. Secara khusus saya sampaikan terima kasih kepada :

1. **Kepada Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph.D.**

selaku Dosen PA dan pembimbing skripsi, yang telah membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu dan dengan isi yang baik. Terima kasih karena Bu Eli selalu sabar dan dengan hati yang baik selalu membantu setiap anak bimbingannya untuk menyelesaikan Tugas Akhir tepat waktu dan Lulus tepat waktu.

2. **Kepada Mama, Papa, dan Laura**

yang selalu memberikan saya semangat dan bantuan, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

3. **Kepada Pak Adrian Arditiar, M.I.Kom dan Mas Algooth Putranto, Sp. Mikom, selaku Dosen Penguji,**

terima kasih karena sudah berkenan menguji saya dalam sidang akhir dan membantu skripsi saya menjadi lebih baik

4. **Kepada Para Dosen Universitas Bakrie**  
yang sudah membantu saya dalam proses belajar mengajar selama 7 semester ini, sehingga saya bisa sampai ditujuan terakhir saya yaitu sidang akhir.
5. **Kepada Kaprodi dan Wakaprodi, serta Staff Akademik dan BAA,**  
yang membantu dalam proses kuliah saya di Universitas Bakrie.
6. **Kepada Teman – teman penulis dikampus,**  
khususnya Shelly, Dhea, Yoan, Ayu, Hana yang membantu saya disaat kesulitan serta tetap memberikan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. **Kepada Birds Of Prey**  
yang selalu membantu dan memberi semangat selalu khususnya Mia, Bitha, Weenas, Icha, Yaso.
8. **Kepada be-Squad,**  
khususnya Mia, Sandy, Angie, Diva, Nessa yang selalu membuat saya merasa lebih baik disaat kelelahan mengerjakan Tugas Akhir ini.
9. **Teman – teman Ilkom 2016,**  
yang bersama- sama mengerjakan Tugas Akhir dan saling bahu membahu, membantu satu dengan yang lainnya agar dapat lulus bersama – sama.
10. Dan untuk semua pihak yang membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini, yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Universitas Bakrie

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yolanda Natasia

NIM: 1161003193

Program Studi: Ilmu Komunikasi

Fakultas: Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Semiotika Makna Pesan Pada Iklan Tokopedia ‘Gopek Yang Berharga’”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 September 2020

Yang Menyatakan



(Yolanda Natasia)

# ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA PESAN PADA IKLAN TOKOPEDIA

## ‘GOPEK YANG BERHARGA’

Yolanda Natasia

---

### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul ‘Analisis Semiotika Makna Pesan Pada Iklan Tokopedia ‘Gopek Yang Berharga’’. Latar belakang penelitian adalah tentang media sosial yang tidak hanya diperuntukkan untuk kegiatan berkomunikasi saja, tetapi di masa yang serba digital menjadi salah satu cara untuk melakukan pemasaran suatu produk atau jasa. Media sosial dengan persentase tertinggi dan paling banyak digunakan adalah YouTube dengan 88% diantara pengguna media sosial. YouTube saat ini menyediakan berbagai format iklan didalamnya. Salah satu contoh pengiklan yang menggunakan YouTube sebagai alat pemasaran adalah Tokopedia. Tokopedia menayangkan iklan nya yang bertema ‘Gopek Yang Berharga’ di kanal YouTube nya. *Gopek* sendiri adalah sebutan lain untuk uang 500 Rupiah. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ‘bagaimana makna semiotika yang terkandung dalam iklan Tokopedia ‘Gopek Yang Berharga’’. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna pesan yang terkandung dalam iklan Tokopedia ‘Gopek Yang Berharga’ menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Metode Penelitian yang digunakan adalah semiotika dengan pendekatan kualitatif, dengan teknik analisa data menggunakan model Miles and Huberman yang membagi menjadi *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing and verification*. Teori yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes, dimana analisis dilakukan dengan mengkaitkan iklan Tokopedia ‘Gopek Yang Berharga’ dengan teori signifikasi, denotasi dan konotasi, serta mitos. Hasil penelitian yang didapat dalam penelitian ini adalah bahwa uang *Gopek* yang memiliki nilai kecil dalam mata uang dan dianggap tidak terlalu berharga, dapat digunakan untuk menabung emas di Tokopedia. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa mitos tentang uang *gopek* yang dikatakan tidak berharga di jaman sekarang ini coba dipatahkan oleh Tokopedia dengan hasil makna pesannya yaitu denotasi dari iklan tersebut diketahui bahwa di Tokopedia hanya dengan 500 Rupiah bisa menabung emas. Oleh karena itu terbentuknya makna pesan konotasi nya yaitu jangan menganggap remeh sesuatu yang kecil, karena suatu yang kecil jika dikumpulkan lama-lama dapat menjadi sesuatu yang besar.

Kata Kunci : Semiotika, Roland Barthes, Iklan, YouTube.





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>2</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>2</b>
1.1 Latar Belakang .....	2
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Kerangka Pemikiran .....	19
2.2.1 Semiotika .....	19
2.2.2 Semiotika Roland Barthes .....	21
2.2.4 Iklan .....	24
2.3 Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Metodologi Penelitian.....	30
3.2 Objek Penelitian .....	31
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	31

3.3.1 Sumber Data .....	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4 Definisi Konseptual .....	33
3.5 Teknik Analisis Data .....	35
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	36
3.7 Batasan Penelitian .....	37
<b>BAB IV .....</b>	<b>38</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.3 Pembahasan .....	61
<b>BAB V.....</b>	<b>67</b>
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>67</b>
5.1 Simpulan.....	67
5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial Di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data Media Sosial Yang Digunakan.....	3
Gambar 1.3 <i>Playlist</i> YouTube Shopee.....	6
Gambar 1.3 <i>Playlist</i> YouTube Tokopedia.....	7

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	13
Tabel 3.1 Definisi Konseptual.....	34
Tabel 4.1 <i>Scene</i> 1.....	41
Tabel 4.2 <i>Scene</i> 2.....	42
Tabel 4.3 <i>Scene</i> 3.....	43
Tabel 4.4 <i>Scene</i> 4.....	44
Tabel 4.5 <i>Scene</i> 5.....	45
Tabel 4.6 <i>Scene</i> 6.....	46
Tabel 4.7 <i>Scene</i> 7.....	47
Tabel 4.8 <i>Scene</i> 8.....	48
Tabel 4.9 <i>Scene</i> 9.....	49
Tabel 4.10 <i>Scene</i> 10.....	50
Tabel 4.11 <i>Scene</i> 11.....	52
Tabel 4.12 <i>Scene</i> 12.....	53
Tabel 4.13 <i>Scene</i> 13.....	54
Tabel 4.14 <i>Scene</i> 14.....	55
Tabel 4.15 <i>Scene</i> 15.....	56
Tabel 4.16 <i>Scene</i> 16.....	57
Tabel 4.17 <i>Scene</i> 17.....	58

**DAFTAR BAGAN**

Bagan 2.1 Semiotika Roland Barthes.....23

Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....29