

Analisis Isi Pesan Iklan Gojek Jangan Sepelekan Kekuatan dari Sebuah Jempol #kasihjempol

Gusti Alamsyah Fajar Firdaus¹, Ahmad Fauzi²

Universitas Islam Jember, Indonesia

Email: Gustialamsyahytb@gmail.com, Ahmadfauzi.12081989@gmail.com

Email:

Gustialamsyahytb@gmail.com

Abstract

Periklanan adalah komunikasi massa yang meliputi sponsor. Tugasnya adalah mempromosikan jasa atau layanan agar bisa dikenal oleh khalayak luas. Salah satunya adalah iklan dari perusahaan startup karya anak bangsa yang bernama Gojek. Gojek adalah aplikasi penyedia transportasi yang digunakan pada ponsel pintar. Melalui akun youtube official Gojek Indonesia, menayangkan video iklan yang berjudul “Jangan sepelekan kekuatan dari sebuah jempol #KasihJempol”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apa saja pesam denotatif, konotatif dan mitos yang terdapat di dalam iklan Gojek “ Jangan sepelekan kekuatan sebuah jempol #KasihJempol”. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, menggunakan analisis semiotika milik Roland Barthes yang mengkaji sebuah tanda melalui makna denotatif, konotatif dan mitos untuk menemukan sebuah pesan. Teknik pengumpulan data yang di gunakan adalah observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah menjaga ketikan dan berkomentar dalam bersosial media, makna sebuah api yang bisa menjadi penerang dalam kegelapan sekaligus penyulut perangtergantung bagaimana kita menggunakannya, hormat antar sesama manusia, kepiawaian tangan dalam membuat makanan, jempol yang digunakan sebagai isyarat untuk berbagai hal, peran orang tua anak-anaknya, isyarat jempol sebagai bentuk dukungan semangat. Jempol hanya sebagai ibu jari, tapi memiliki banyak sekali pengaruh besar untuk diri sendiri dan orang-orang yang ada di sekitar kita, bisa berisi hal positif juga hal negatif tergantung bagaimana niat kita menggunakannya.

Kata Kunci

Pesan, Iklan, Semiotika.

Abstract

Advertising is a mass communication that includes sponsors. It is to promote services to be known to the masses. One is a commercial from a young nation called Gojek. Gojek is an application for transportation used on smartphones. Through the Indonesian YouTube official Gojek account, he posted an AD video entitled “ Never underestimate the power of a thumbs”. The purpose of this study is to identify the denotative, connotative and mythical messages contained in the Gojek AD “ Never underestimate the power of thumbs”. The method used is descriptive qualitative method, using Roland Barthes’s semiotic analysis which examines a sign through denotative, connotative and mythical meanings to find a message. Data collection techniques used are observation and documentation. The results of this study are keeping typing and comments on social media, the meaning of a fire that can be a light in the dark and at the same time ignites war depending on how we use it, respect between humans, skillful hands in making food, thumbs use a sign for various things, the role of parents for their children, a thumbs up gesture as a form of encouragement. The thumbs is only a thumbs, but has a lot of big influence on ourselves and the people around us, it can contain both positive and negative things depending on how we intend to use it.

Keywords

Messages, Advertising, Semiotics.

PENDAHULUAN

Dari waktu ke waktu, kegiatan komunikasi semakin berkembang dengan pesat di seluruh penjuru dunia, termasuk juga di Indonesia. Perkembangan yang terjadi menjadikan berita dan informasi dapat menyebar dengan cepat dan mudah untuk didapatkan. Dengan mengakses internet dalam sepersekian detik, masyarakat dapat mengetahui berita terkini dari belahan dunia yang berjarak ratusan mill dari tempatnya. Bukan hanya itu, masyarakat pun dapat segera memberikan opini dan reaksinya sesaat setelah kejadian tersebut berlangsung, baik opini positif maupun negatif.

Komunikasi merupakan proses yang melibatkan banyak faktor atau unsur, antara lain: dapat meliputi peserta, pesan (dapat berbentuk, isi dan cara panyampaiannya), saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu komunikasi terjadi, tempat, hasil atau akibat yang terjadi, serta kondisi saat berlangsungnya kegiatan komunikasi (Doembana, I., Rahmat 2017:2). Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang sangat pesat, yang mengakibatkan teknologi informasi selalu menarik untuk disimak, Tidak terkecuali

media.massa yang digunakan sebagai sarana informasi yang memainkan peran penting dalam masyarakat, tidak hanya dalam pelayanan informasi dan berita, tetapi juga kemungkinan membujuk dan memperkuat norma-norma yang ada di dalam lingkup masyarakat. Informasi disampaikan secara terus menerus oleh media membuat orang tidak dapat dipisahkan dari media. Banyak berbagai jenis media massa seperti televisi (Durianto, Sugiarto 2003:1). Menurut John Vivian (2008:53), media massa adalah media membawa pesan dan media massa pertama adalah buku, majalah, surat kabar, televisi, radio, rekaman, film dan internet. Hal yang sama berlaku untuk media massa sebagai penyampai informasi atau berita dan untuk menghubungkan komunitas oleh anggota untuk menerima pesan

Di masa yang serba canggih, perusahaan-perusahaan besar tidak dapat hanya mengandalkan pasar secara langsung, tetapi juga perlu mempertimbangkan pasar secara digital. Masyarakat yang jenuh dengan kegiatan dari rumah saja, kemudian mencari hiburan dengan menjelajahi media sosial. Dalam media sosial seperti Instagram, Tik Tok, You Tube dan lainnya, banyak sekali iklan-iklan yang tayang untuk memberikan informasi dan menarik pembeli atau konsumen. Dalam memberikan informasi kepada publik secara luas, perusahaan melakukan sebuah kegiatan yang disebut dengan periklanan. Iklan juga sering disebut dengan advertising. Dalam studi ini, iklan didefinisikan sebagai pesan komunikasi pemasaran/komunikasi publik tentang produk yang dikirimkan dengan cara apa pun, disponsori oleh inisiator yang dikenal, dan dikirim ke bagian/seluruh masyarakat (Dewan Periklanan Indonesia 2014:16).

Periklanan adalah proses komunikasi massa yang meliputi: sponsor tertentu, yaitu pemasang iklan (advertiser), pembayar media massa untuk menyebarluaskan iklannya. Iklan bisa juga dianggap sebagai institusi sosial, seperti banyak institusi partisipasi masyarakat dalam proses produksi dan jasa melihat. Tugas utama periklanan adalah mengkomunikasikan informasi secara efektif mungkin untuk semua orang. Jadi, iklan adalah kegiatan untuk mempromosikan jasa atau layanan agar bisa dikenal oleh khalayak luas. Menurut (Vivian 2008:365), periklanan adalah ekonomi konsumen. Tanpa iklan, sulit bagi orang untuk mengetahui jenis-jenisnya produk dan layanan tersedia. Berdasarkan aspek komunikasi, pesan yang disajikan dalam periklanan memiliki unsur rekayasa yang bergantung kepada target pasar atau khalayak yang akan menjadi sasaran komunikasi tersebut. Daripada itu, agar komunikasi dapat menjadi efektif. Mengutip dari Bungin (2006:72), agar komunikasi tersebut efektif untuk

mempengaruhi.khalayak, maka.pengiklan.menggunakan.simbol-simbol yang menarik perhatian.sehingga.dapat.diterjemahkan.dengan.baik.

Melalui.iklan, suatu.produk.dapat.dikenali, disukai, .dan.dicari oleh.publik, karena.potensi iklan.yang besar.dari mempengaruhi, serta membentuk opini dan persepsi.publik.Sebuah.iklan.diharapkan.menjadi.jembatan.untuk.Membangun.kepercayaan.d i masyarakat. Iklan.bisa.dikatakan.berhasil, jika.ditambah dengan keyakinan produk yang.akan mendorong konsumen.produk.atau jasa yang ditawarkan. Karena sifat.iklan dapat.mencapai tujuan dengan cara yang lebih tepat sasaran, mampu memilih audiens, berdasarkan segmen.produk.dan.target.pasar .(winarni 2003:3).

Periklanan terdiri.dari.seperangkat.konsep.budaya. refleksi.sosial. Ada nilai-nilai.sosial.yang terjadi.di.masyarakat serta.dalam segala bentuk iklan.di.media massa. Iklan.juga.merupakan.bagian.penting dari.budaya.karena mencerminkan.dan mencoba.mengubah.gaya hidup.mereka. .Periklanan tidak.hanya menyediakan.barang tetapi.juga.maskulinitas, .kecantikan, .modernitas, .kebahagiaan, .kesuksesan, .status dan.kemewahan, semua.ini itu.pada.dasarnya.hanya.sebuah.harapan.

Salah.satu.perusahaan.rintisan. (startup) .karya.anak.bangsa.Indonesia adalah Gojek. Merupakan.sebuah.perusahaan.penyedia.layanan.on-demand dengan.berbasis aplikasi. Perusahaan.ini.didirikan.pada tahun.2010 di.Jakarta oleh Nadiem.Makarim Aplikasi Gojek adalah sebuah aplikasi.penyedia transportasi yang umumnya digunakan pada.ponsel.cerdas.dengan.fungsi sebagai alat.pemesanan kendaraan untuk.keperluan.transportasi.dari.suatu.tempat.ke tempat lain. Kendaraan yang dipesan melalui aplikasi.penyedia.transportasi berupa.taksi, .mobil, .atau ojek. Melalui akun Youtube official Gojek Indonesia, Gojek menayangkan sebuah video iklan pada tanggal 17 Desember 2021 yang berjudul ‘Jangan Sepelekan Kekuatan dari Sebuah Jempol #Kasihjempol. Video iklan ini memuat unsur tentang sebab akibat yang dari penggunaan jempol manusia. Di dalam video, dimasukkan beberapa pesan moral dan fakta menarik tentang jempol dalam kehidupan manusia. Video iklan ini mendapatkan respond positif dengan telah ditonton oleh 4000 lebih pengguna akun Youtube. Dan video iklan ini telah disukai oleh 100 orang lebih.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode yang digunakan merupakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara duavariabel atau lebih dan mengetahui pengaruhnya (Sujarweni, 2022). Penelitian ini untuk menguji hubungan

antara intensitas komunikasi dengan harmonisasi hubungan berdasarkan data lapangan. Data lapangan digambarkan sebagai skor intensitas komunikasi dan keharmonisan hubungan dalam bentuk angka statistik.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuisisioner. Peneliti membagikan pilihan ganda kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk mengisi angket berdasarkan perasaan mereka. Data yang diperoleh dari angket berupa skor intensitas komunikasi dan harmonisasi hubungan. Dalam penelitian ini, kuisisioner digunakan untuk mendapatkan data kuantitatif. Alat ukur yang digunakan adalah skala Likert yang terdiri dari pertanyaan atau pernyataan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terkait fenomena sosial. Variabel dijabarkan menjadi indikator dan dijadikan dasar untuk menyusun item instrumen dalam bentuk pernyataan atau pertanyaan. Dengan ketentuan skor menurut Sugiyono, 2016 sebagai berikut : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-ragu (RG), Setuju (ST), Sangat Setuju (SS).

Populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi tahun angkatan 2019-2022 di Universitas Islam Jember. Pengumpulan populasi dalam penelitian ini menggunakan google form dengan menjawab beberapa pertanyaan dan menghasilkan 47 populasi.

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sujarweni, 2022). Dalam menentukan sampel yang digunakan, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling jenis purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Pada penelitian ini ditemukan 47 populasi, kemudian peneliti menggunakan teknik purposive sampling dengan memilih beberapa mahasiswa yang menggunakan aplikasi tinder, didapatkan 21 mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai sampel dalam penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linear Sederhana, Uji Hipotesis (Uji t), Uji Koefisien Determinasi (R-Square).

HASIL PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif, yakni teknik penelitian yang memberikan gambaran yang objektif dalam bentuk deskripsi kata dengan menggambarkan pesan secara simbolis tentang pesan-pesan yang ada di dalam iklan Gojek “Jangan Sepelekan Kekuatan Dari sebuah Jempol #KasihJempol.

Pendekatann kualitatif sendiri merupakan sebuah proses penelitian yang memberikan hasil data deskriptif berbentuk kata-kata secara tertulis ataupun lisan, yang diperoleh dari orang-orang ataupun perilaku yang diamati. Pendekatan penelitian ini diarahkan kepada latar dan individu secara utuh, tidak mengisolasi suatu individu ke dalam variabel ataupun hipotesis, melainkan melihatnya bagian dari keutuhan (Nugrahani, F., & Hum 2014:8).

Dalam melakukan analisis deskriptif, peneliti menggunakan pendekatan model semiotik Roland Barthes, yakni satu studi ilmu atau metode yang memaknai dan menganalisis tanda dalam sebuah konten, gambar, teks, dan adegan dalam sebuah adegan film atau video (Kurniawan 2001:49).

Pembahasan



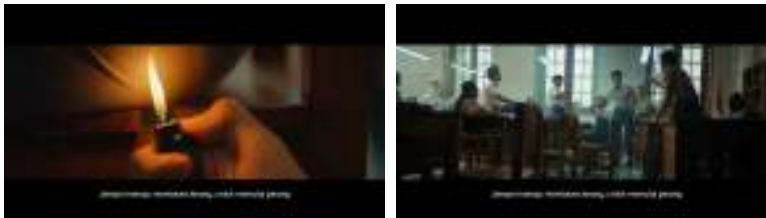
1.

Denotasi Seseorang mengunggah komentar negatif yang berisi *body shaming*, sehingga wanita yang dihinanya menangis di dalam bathtub dengan keadaan kacau.

Konotasi Terlihat tangan dari seseorang yang sedang memegang ponsel. Ibu jarinya (jempol) menekan tombol *send* untuk mengirim komentar jahatnya yang berupa *body shaming* pada postingan seseorang. Di sisi lain, komentar tersebut ternyata dibaca oleh seorang wanita berbadan gemuk yang dalam keadaan kacau dan menangis sambil berendam di dalam bathtub melihat komentar *body shaming* yang ditujukan padanya. Air sudah menggenang di mana-mana dan kondisi dalam kamar mandi tersebut dihiasi dengan warna merah yang semakin menekan kekacauan yang terjadi pada dirinya.

Mitos Mitos yang tergambar dalam adegan ini adalah peristiwa di zaman digital sekarang di mana banyak orang menyalahgunakan media sosial untuk berkomentar atau melontarkan hinaan berupa ujaran kebencian atau *body shaming* terhadap orang lain. Padahal hal tersebut

dapat menciptakan dampak buruk pada korban terhadap kesehatan fisik dan mental yang bisa saja berakhir dengan bunuh diri. Mitos tersebut digambarkan dalam dialog *“Jempol bisa membuat hidup seseorang berubah dan hilang arah”* dan adegan saat seorang wanita berbadan gemuk tengah menangis di dalam toilet dipenuhi genangan air. Ada pepatah baru mengatakan bahwa *“Jempolmu adalah harimaumu”*. Pepatah itu menunjukkan bahwa setiap orang harus memikirkan terlebih dahulu apa yang mereka ketik pada komentar yang ingin diberikan kepada orang lain agar tidak menjadi boomerang bagi diri sendiri atau menjadi senjata berbahaya bagi orang lain. Maka pikirkan dan berhati-hatilah setiap kali mengomentari atau memposting suatu tulisan di media sosial agar tidak membawa kerugian pada diri sendiri maupun orang lain.



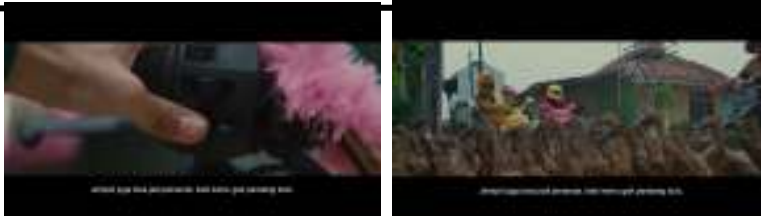
2.

Denotasi Seorang siswa menjahili salah satu temannya dengan cara menyulutkan api dari pemantik ke pantat temannya tersebut

Konotasi Terlihat sebuah tangan menyalakan pemantik dengan api yang disulutkan pada pantat seseorang. Hal tersebut membuat seorang siswa terperanjat kaget dan marah karena sudah dijahili, namun teman-teman sekelasnya yang lain malah menertawakan hal tersebut.

Mitos Mitos yang tergambar dalam adegan ini adalah api bisa menjadi penerang dan penyulut kemarahan atau perang jika tidak digunakan dengan baik. Dari dialog *“Jempol mampu membawa terang, untuk memulai perang”* artinya jempol bisa digunakan untuk menyalakan api agar menerangi kegelapan, namun juga bisa menjadi penerang dalam memulai perang. Hal ini dapat diambil contoh dalam beberapa peperangan yang terjadi di negara dunia yang menyulutkan senjata yang bisa menimbulkan api termasuk membakar beberapa rumah. Selain itu, manusia juga bisa menyalakan api yang kadang bisa membakar beberapa hutan di berbagai negara dengan banyaknya peristiwa atau kejadian buruk yang ditimpulkan oleh tangan manusia itu sendiri, termasuk jempol. Maka harus senantiasa berhati-hati dalam menyalakan pemantik untuk kebutuhan yang baik, bukan untuk keburukan yang bisa menyulut perang dan kerugian pada orang lain.

3.



Denotasi Tiga pengendara motor berhenti menunggu para bebek yang sedang digiring oleh seseorang untuk menyebrangi jalan.

Konotasi Terlihat tiga orang pengendara motor yang menghentikan laju untuk menunggu para bebek yang sedang digiring seseorang agar menyebrangi jalan layaknya manusia. Tiga pengendara motor tersebut menggunakan aksesoris berbulu yang berwarna cerah yang digunakan pada motor, helm, bahkan bajunya.

Mitos Mitos yang terdapat dalam adegan ini adalah tidak pandang bulu yang artinya tidak membedakan orang. Namun dalam iklan Gojek memperlihatkan bahwa tidak pandang bulu juga bukan hanya pada sesama manusia, juga pada hewan. Dalam iklan, tiga pengendara sepeda motor berhenti saat beberapa bebek yang digiring oleh seorang lelaki menyebrang. Dalam adegan iklan tersebut juga memperlihatkan tiga pengendara sepeda motor yang merupakan lelaki namun memakai aksesoris berwarna merah muda dan kuning yang biasanya digunakan oleh wanita. Jadi, lelaki tidak hanya harus direpresentasikan dengan warna gelap namun mereka juga berhak memilih warnanya sendiri. Jadi baik laki-laki atau perempuan, kaya atau miskin, gendut atau kurus, semuanya adalah makhluk hidup dan harus saling menghormati antar sesama.

4.



Denotasi Seorang pedagang membuat gado-gado untuk para konsumen yang sedang mengantri dan ada juga yang sudah makan di pinggir jalan

Konotasi Terlihat tangan seorang pelanggan yang sedang membuat bumbu untuk makanan gado-gado bagi para konsumen yang sedang mengantri. Tangan tersebut membuat bumbu dengan lihai sehingga banyak pelanggan yang mengantri untuk membeli makanan tersebut karena resep bumbu gado-gado enak yang dibuat pedagangnya.

Mitos Mitos dalam adegan ini memperlihatkan bahwa jempol bisa menjadi bagian dalam membuat resep makanan yang enak. Orang-orang menggunakan tangannya untuk meracik

bumbu seperti yang dilakukan para pedagang. Gambar dalam adegan ini memperlihatkan pedagang gado-gado yang meski menggunakan jempol untuk menakar air dalam botol, namun jempol berperan penting juga dalam membuat makanan tersebut yang bisa disajikan untuk para konsumen atau pembeli.

5.

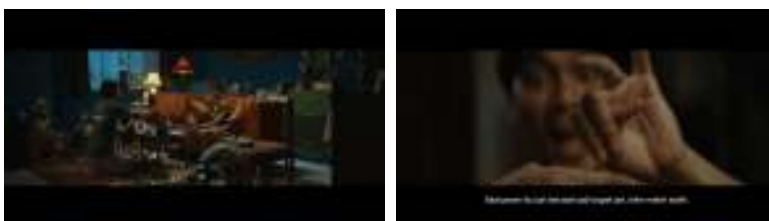


Denotasi Seorang lelaki berjalan sendirian lalu melihat mobil melaju dari kejauhan, sehingga dia memberi isyarat meminta tumpangan.

Konotasi Terlihat seorang lelaki yang kelelahan berjalan sendirian di jalanan sepi tanpa adanya rumah atau penghuni lainnya. Saat itu, sebuah mobil terlihat melaju dari kejauhan yang membuat lelaki itu mengacungkan jempol sebagai isyarat jika dirinya meminta tumpangan kepada pengemudi mobil tersebut.

Mitos Mitos dalam adegan tersebut memperlihatkan bahwa jempol bisa memberikan bantuan pada seseorang ketika sedang kesusahan dan menjadi isyarat atau gestur dalam meminta pertolongan, seperti meminta tumpangan yang terlihat dalam gambar yang tersaji. Meminta tumpangan dilakukan dengan berbagai cara termasuk mengangkat sebuah jempol kepada kendaraan yang lewat. Gerakan jempol ke atas ini biasa digunakan oleh orang-orang Amerika untuk mencari tumpangan. Namun gerakan tersebut harus digunakan dengan baik dan di tempat yang tepat. Karena jika melakukan gerakan tersebut di Irak atau Iran, maka artinya adalah penghinaan. Selain mencari tumpangan, ada mitos lainnya yang tersaji dalam adegan ini.

6.



Denotasi Dua anak bertengkar lalu seorang ayah datang untuk menghentikan perkelahian dan menghibur kedua anaknya, namun mereka malah semakin menangis.

Konotasi Terlihat sebuah ruangan dalam rumah yang berantakan dan ada dua anak sebagai kakak beradik yang sedang bertengkar saling memukul dengan bantal. Seorang lelaki sebagai ayahnya pun datang meleraikan pertengkaran, mencoba menenangkan kedua anaknya itu dengan memberi hiburan berupa sulap berpura-pura jempolnya buntung atau copot. Namun hal tersebut malah membuat kedua anaknya menangis ketakutan.

Mitos Mitos dalam adegan ini adalah seorang ayah yang bisa menggantikan peran seorang ibu untuk anak-anaknya jika tidak ada. Seorang ayah akan berusaha menghibur anak-anak dengan caranya sendiri agar kembali tersenyum seperti yang terlihat dalam potongan gambar di adegan tersebut. Dialog *“Saat peran ibu jari berubah jadi bapak jari, bikin makin sedih”* menyiratkan peran ibu diganti oleh seorang ayah, meski menghibur namun terkadang malah membuat anak semakin sedih. Lelucon yang dihadirkan dalam iklan dengan gerakan seakan ibu jari buntung atau copot malah membuat takut anak-anak. Cara menghibur seorang ibu dengan ayah tentunya berbeda, namun mereka akan berusaha menghibur dan membuat anak-anaknya tenang kembali.

7.



Denotasi Seorang lelaki terlihat antusias menyemangati anaknya yang sedang bermain sepak bola di lapangan.

Konotasi Terlihat seorang lelaki berpakaian kuning dan biru yang bersemangat untuk mendukung anaknya yang sedang bermain sepak bola di lapangan. Dia kerap mengacungkan jempol untuk memberi isyarat dorongan dan pujian bahwa permainan bola anaknya bagus. Namun hal tersebut malah diprotes orang lain di sekitarnya karena dia ternyata mendukung anaknya sendiri di tengah-tengah supporter tim lawan.

Mitos Mitos yang tergambar dalam adegan ini adalah gerakan jempol yang terangkat ke atas biasanya digunakan sebagai bentuk apresiasi terhadap kinerja seseorang dan memberi dorongan semangat seperti yang diperlihatkan pada gambar adegan. Jempol dalam adegan tersebut merepresentasikan gambaran seorang supporter yang memberikan dukungan dan semangat kepada orang yang didukungnya saat melakukan pertandingan. Dalam gambar,

suporter kerap memberikan dorongan semangat kepada tim yang mereka dukung agar memenangkan pertandingan apalagi dalam dunia sepak bola. Gojek ingin memberikan pesan bahwa hanya dengan mengangkat jempol ke atas dan sorakan dukungan sudah bisa memberikan semangat yang membara pada orang-orang. Peran jempol sebagai bentuk apresiasi dan membangkitkan semangat itu sangat penting dan tidak bisa diremehkan.

8.



Denotasi Sepasang kekasih tengah menonton televisi yang memperlihatkan adegan sedih sehingga wanita ikut sedih. Si lelaki pun berusaha menenangkan wanita dengan menyeka air matanya.

Konotasi Terlihat sepasang kekasih tengah terduduk di sebuah sofa sambil menikmati hari dengan menonton drama dalam televisi. Kemudian adegan sedih pun diputar sehingga pemeran wanita dalam iklan menangis dan pemeran lelaki berusaha menenangkan. Dia menggunakan jempol untuk menyeka tangisannya, namun lupa jika tangannya masih terkena saos dari makanan yang sedang dia nikmati. Hal tersebut malah membuat pemeran wanita matanya terasa perih karena saos yang terulas di bawah matanya.

Mitos Adegan ini menunjukkan bahwa jempol bisa hilangkan perih di hati dengan memberikan peran penting dalam menyeka air mata orang-orang yang sedang bersedih. Seperti yang terlihat dalam gambar ketika wanita menangis, lelaki menggunakan ibu jarinya untuk mengusap air mata wanita tersebut agar tidak sedih lagi. Namun terkadang, jempol juga menambah perih di mata adalah karena ketidakhati-hatian orang dalam melihat jari-jarinya apakah sudah bersih atau tidak. Karena jika terkena noda dari berbagai makanan apalagi pedas, maka dapat menciptakan perih di mata. Meski bisa menjadi penyeka kesedihan, jempol juga bisa membuat perih mata. Jempol di adegan iklan tersebut merepresentasikan sebagai seorang lelaki yang bisa menghilangkan kesedihan di hati seseorang, namun terkadang juga membuat hati orang tersebut tersakiti dan akhirnya berujung pada perih di mata yang berakhir pada menangis.

9.

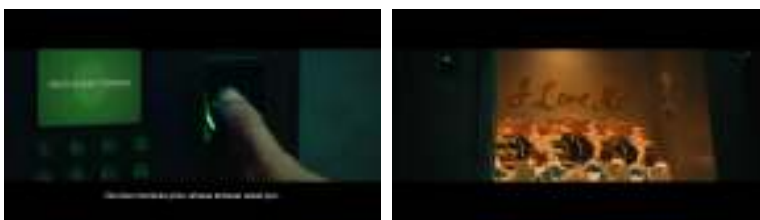


Denotasi Sepasang kekasih berjalan di bawah guyuran hujan dengan menggunakan payung yang sedikit berlubang. Pemeran lelaki pun berusaha menutupi lubang tersebut dengan jempolnya untuk melindungi pemeran wanita agar tidak kebasahan terkena air hujan.

Konotasi Terlihat sepasang kekasih berjalan berdua di malam yang terguyur hujan. Mereka berdua menggunakan satu payung bersama, namun payung tersebut memiliki lubang yang membuat air hujan tembus ke dalam payung. Sang pemeran lelaki pun menutupi lubang di kain payung dengan menggunakan jempol sebelah tangannya untuk melindungi pemeran wanita yang merupakan kekasihnya agar terlindung dari air hujan.

Mitos Adegan tersebut menggambarkan bahwa jempol bisa berperan sebagai menambal sesuatu yang sudah rusak atau menutup lubang-lubang kecil seperti dalam gambar. *Thumbelan* merupakan representasi dari peran jempol yang bisa menambal apapun, misalnya ketika payung berlubang sehingga menggunakan jempol untuk menambal lubangnya terlebih dahulu karena terdesak. Oleh karena itu, Gojek ingin memberikan pesan untuk tidak meremehkan peran dari jempol yang bisa digunakan untuk apapun tergantung cara pemakaiannya apakah untuk kebaikan atau untuk hal yang buruk

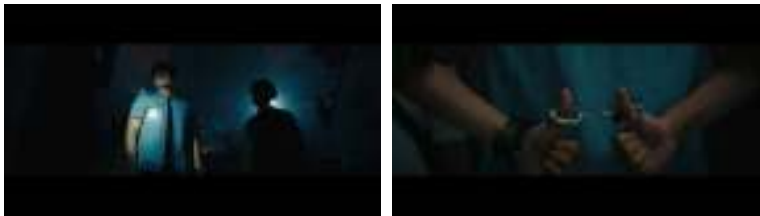
10.



Denotasi Seorang lelaki memindai jari untuk membuka sebuah ruangan rahasia yang ternyata berisi tumpukan emas dan uang.

Konotasi Seorang lelaki menggunakan jempol tangannya agar ibu jarinya bisa dipindai untuk membuka kunci sebuah pintu yang akhirnya terbuka. Sehingga seorang lelaki bantu membuka sebuah pintu menuju ruangan rahasia yang sudah tidak terkunci dan di dalamnya berisi banyaknya emas dan uang yang bertumpuk.

Mitos Mitos dalam adegan ini digambarkan bahwa banyak sekali orang-orang saat ini yang memiliki rahasia besar yang hanya bisa dibuka olehnya sendiri. Seperti dalam gambar saat orang tersebut menimbun banyak harta, dia menggunakan sidik jari dari jempolnya sehingga pintu rahasia terbuka dan dia bisa mengambil apa yang ditimbunnya. Hal ini merujuk pada para koruptor yang mungkin memiliki ruangan rahasianya sendiri untuk menimbun segala sesuatu yang sudah mereka ambil dari rakyat seperti uang ataupun emas dari hasil pencurian mereka bermilyaran rupiah. Jempol dari seseorang bisa membuka pintu rahasia terbesar sekali pun berarti bahwa hal itu memiliki peran untuk membuka sebuah pintu yang hanya bisa dibuka olehnya tapi tidak bisa dibuka oleh orang lain



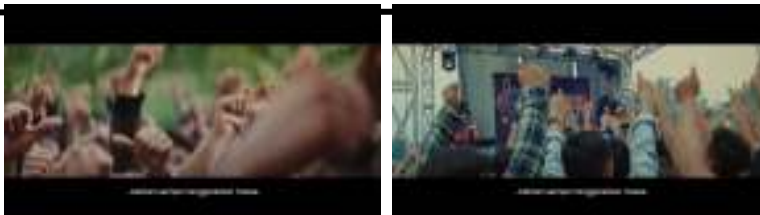
11.

Denotas Seorang lelaki menolak tuduhan polisi. Namun seorang polisi berhasil menemukan bukti sidik jari yang membuat lelaki tersebut ditangkap dan dibawa ke kantor polisi.

Konotasi Terlihat beberapa polisi yang sedang mengusut kasus dalam sebuah ruangan. Mereka memberikan tuduhan pada seorang lelaki yang terus mengelak semua tuduhan tersebut. Namun salah satu polisi yang sedang bertugas menemukan sidik jari dari jempol lelaki tersebut yang membuatnya ditangkap dan akhirnya dibawa ke kantor polisi.

Mitos Adegan tersebut menggambarkan bahwa banyak sekali kasus atau kejadian pembunuhan, pencurian, dan sebagainya yang diusut dengan menggunakan sidik jari dari para pelaku ataupun korban untuk mencari tahu kebenaran yang terkandung di dalamnya. Biasanya kasus-kasus tersebut merupakan sebuah misteri yang sulit terpecahkan. Namun jempol juga memiliki peranan penting dalam memecahkan kasus. Jika pelaku tidak mengetahuinya, para polisi bisa melacak kejadian dengan sidik jari yang menempel di setiap objek sekitar TKP untuk diidentifikasi dalam menguak misteri pembunuhan atau sebagainya sehingga pelaku tertangkap.

12.

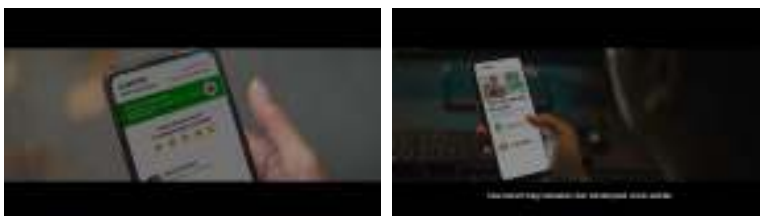


Denotasi Seorang pendangdut menarik perhatian penonton yang menikmati pertunjukannya dengan berjoged bersama-sama.

Konotas Terlihat sebuah pertunjukkan dangdut dengan seorang wanita yang mencoba menarik perhatian penonton untuk menikmati lagunya. Para penonton pun berjoged bersama sampai tangan mereka terangkat ke atas untuk menikmati musik dangdut yang tengah diputar.

Mitos Jempol dalam potongan gambar tersebut memperlihatkan massa yang biasanya berkumpul untuk menikmati suatu acara ataupun pertunjukkan, termasuk panggung dangdut yang membuat mereka berjoged sampai mengangkat tangan atau bahkan jempol mereka untuk menikmati acara tersebut. Selain dari pertunjukkan, jempol juga bisa menggerakkan massa dalam melakukan kampanye dan sebagainya yang bisa menggerakkan massa dalam memberi dukungan atau sorakan kepada seseorang.

13.



Denotasi Seorang lelaki tengah menekan tombol bintang 5 setelah memesan dari aplikasi Gojek. Selain itu, lelaki lain tengah menggunakan aplikasi Gojek untuk mengirimkan barang ke teman atau keluarganya yang ada di dalam kota.

Konotas Terlihat seorang lelaki sudah menggunakan aplikasi Gojek dalam memesan ojek online. Setelah itu, dia memberikan rating dengan menekan bintang 5 pada pengemudi Gojek yang sudah memberikan jasanya. Tak hanya itu, seorang lelaki terlihat baru selesai bekerja lalu mengambil ponsel dan membuka aplikasi Gojek untuk mengirimkan barang ke teman atau keluarganya yang ada di dalam kota.

Mitos Potongan adegan dalam iklan ingin memberikan pesan dan gambaran perihal peran jempol dalam mengoperasikan ponsel termasuk memberikan apresiasi terhadap kinerja

seseorang. Tak hanya mengacungkan jempol, namun juga bisa dengan sentuhan kecil di ponsel misalnya dalam mengapresiasi kinerja para ojek online di Gojek, sebagai pengguna senantiasa mengapresiasi dengan memberikan bintang lima pada tukang ojek yang sudah mengantarkan penumpang sampai tujuan. Selain itu, Gojek juga ingin menunjukkan bahwa sentuhan kecil yang dibuat oleh jempol pada aplikasinya bisa membantu sekitar seperti mengirimkan paket kepada seseorang yang ada di dalam kota maupun di luar kota dengan mudah. Hal ini merujuk pada kinerja pengguna Gojek yang memberikan jempol peranan penting dalam penggunaannya dengan berbagai fasilitas Gojek yang ada.

Hasil Temuan

Pertama, pesan yang ingin disampaikan Gojek dalam iklannya adalah untuk menjaga ketikan atau komentar yang dilontarkan di media sosial agar tidak menyakiti perasaan atau merubah hidup orang lain. Pada zaman digital saat ini, banyak sekali orang yang menyalahgunakan media sosial untuk mengomentari kehidupan bahkan fisik orang lain dengan cara yang tidak baik, seperti melontarkan ujaran kebencian sampai pada *body shaming* yang menghina fisik seseorang. Hal tersebut memberikan dampak buruk bagi korban dalam kesehatan mental maupun fisiknya, bahkan bisa berdampak pada kehidupannya. Ada pepatah baru mengatakan bahwa “Jempolmu adalah harimaumu”. Pepatah itu menunjukkan bahwa setiap orang harus memikirkan terlebih dahulu apa yang mereka ketik pada komentar yang ingin diberikan kepada orang lain agar tidak menjadi boomerang bagi diri sendiri atau menjadi senjata berbahaya bagi orang lain. Maka pikirkan dan berhati-hatilah setiap kali mengomentari atau memposting suatu tulisan di media sosial agar tidak membawa kerugian pada diri sendiri maupun orang lain. Memang pada dasarnya kita hanyalah manusia biasa. Mengomentari hidup manusia dengan hal negatif merupakan tindakan yang tercela. Setiap manusia juga memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Maka dari itu sesama manusia harus saling menghargai dan tidak melontarkan komentar negatif demia menjaga perasaan satu sama lain agar tidak timbul hal-hal yang tidak diinginkan.

Kedua, pesan yang disampaikan dalam iklan memiliki makna bahwa api bisa memberi terang dalam kegelapan namun juga bisa menyulut perang ketika disalahgunakan atau tidak

digunakan dengan semestinya. Gojek ingin memperlihatkan detail kecil ketika seseorang tersulut api maka akan marah. Begitu pula dengan peperangan yang saat ini atau dahulu terjadi di beberapa negara yang membuat rumah atau keluarga mereka mati dibakar api hanya karena perang. Selain itu, manusia juga bisa menyalakan api yang kadang bisa membakar beberapa hutan di berbagai negara dengan banyaknya peristiwa atau kejadian buruk yang ditimpulkan oleh tangan manusia itu sendiri, termasuk jempol. Maka harus senantiasa berhati-hati dalam menyalakan pemantik untuk kebutuhan yang baik, bukan untuk keburukan yang bisa menyulut perang dan kerugian pada orang lain. Sesuatu yang terjadi karena sebuah kemarahan tidak akan memperoleh sebuah keuntungan, melainkan akan semakin memperkeruh keadaan dan menyebabkan kehancuran. Ada baiknya sebagai manusia yang merupakan makhluk sosial tidak saling memancing emosi satu sama lain agar tidak timbul sebuah perselisihan antar sesama dan lebih menjaga emosi untuk menciptakan keadaan yang tenang dan damai.

Ketiga, makna pesan iklan yang hendak disampaikan Gojek adalah untuk tidak pandang bulu terhadap manusia maupun makhluk hidup lainnya. Artinya, seseorang tidak boleh pilih kasih atau membeda-bedakan orang berdasarkan pandangan dirinya sendiri yang bisa menimbulkan sakit hati pada orang tersebut. Dalam adegan iklan tersebut juga memperlihatkan tiga pengendara sepeda motor yang merupakan lelaki namun memakai aksesoris berwarna merah muda dan kuning yang biasanya digunakan oleh wanita. Jadi, lelaki tidak hanya harus direpresentasikan dengan warna gelap namun mereka juga berhak memilih warnanya sendiri. Jadi baik laki-laki atau perempuan, kaya atau miskin, gendut atau kurus, semuanya adalah makhluk hidup dan harus saling menghormati antar sesama. Memakai sesuatu tidak harus berdasarkan sebuah gender, semua di dunia ini berhak menggunakan apa saja yang menurut mereka baik dan mereka juga memiliki hak untuk bahagia demia kepuasan dirinya sendiri. Karena yang memiliki gender adalah makhluk hidup. Bukan benda mati, warna, atau pakaian pada setiap orang.

Keempat, makna pesan dari iklan yang hendak disampaikan bahwa jempol juga menjadi bagian dari pembuat resep makanan yang enak oleh seseorang termasuk para pedagang. Orang-orang menggunakan tangannya untuk meracik bumbu seperti yang dilakukan para pedagang. Gambar dalam adegan ini memperlihatkan pedagang gado-gado yang meski menggunakan jempol untuk menakar air dalam botol, namun jempol berperan penting juga dalam membuat makanan tersebut yang bisa disajikan untuk para konsumen atau pembeli. Kelihaihan dan keterampilan tangan seseorang dapat menciptakan sebuah hasil karya,

salah satunya adalah makanan. Ini merupakan sebuah bukti jika tangan bisa memiliki kegunaan yang sangat banyak.

Kelima, makna yang disampaikan adalah jempol bisa menjadi isyarat atau bantuan terhadap seseorang yang tengah membutuhkan sesuatu seperti tumpangan kendaraan. Hal ini banyak dilakukan oleh orang-orang yang sedang melakukan perjalanan jauh atau tersesat. Jempol bisa memberi isyarat tersebut meski seseorang tidak tahu bahasa atau kenegaraan orang yang dimintai bantuan punya. Meminta tumpangan dilakukan dengan berbagai cara termasuk mengangkat sebuah jempol kepada kendaraan yang lewat. Gerakan jempol ke atas ini biasa digunakan oleh orang-orang Amerika untuk mencari tumpangan. Namun gerakan tersebut harus digunakan dengan baik dan di tempat yang tepat. Karena jika melakukan gerakan tersebut di Irak atau Iran, maka artinya adalah penghinaan. Selain mencari tumpangan, ada mitos lainnya yang tersaji dalam adegan ini. Itu artinya, kita tidak bisa melakukan sesuatu yang sama di manapun. Di karenakan setiap tempat atau negara memiliki pandangan dan makna yang berbeda-beda ketika melihat simbol atau sebuah isyarat tertentu. Beda tempat, beda pula pemahamannya.

Keenam, makna yang hendak disampaikan dalam iklan adalah peran ibu yang digantikan oleh sosok ayah dalam menjaga dan menghibur anak-anaknya. Hal ini biasa terjadi di berbagai negara di mana anak-anak tidak memiliki sosok ibu, namun perannya digantikan oleh sosok ayah. Seorang ayah akan berusaha menghibur anak-anak dengan caranya sendiri agar kembali tersenyum seperti yang terlihat dalam potongan gambar di adegan tersebut. Dialog "*Saat peran ibu jari berubah jadi bapak jari, bikin makin sedih*" menyiratkan peran ibu diganti oleh seorang ayah, meski menghibur namun terkadang malah membuat anak semakin sedih. Lelucon yang dihadirkan dalam iklan dengan gerakan seakan ibu jari buntung atau copot malah membuat takut anak-anak. Cara menghibur seorang ibu dengan ayah tentunya berbeda, namun mereka akan berusaha menghibur dan membuat anak-anaknya tenang kembali. Bisa di simpulkan bahwa peran seorang ibu dan ayah memiliki ciri khasnya masing-masing dalam memperlakukan anak-anaknya. Seorang ibu bisa menggantikan peran ayah, sementara ayah belum tentu bisa menggantikan peran seorang ibu yang cenderung lebih lembut dan memiliki caranya sendiri agar membuat anak-anaknya menjadi nyaman.

Ketujuh, makna yang disampaikan dalam iklan Gojek adalah jempol bisa menjadi bentuk apresiasi terhadap kinerja seseorang dan menjadi dorongan semangat. Dalam gambar, suporter kerap memberikan dorongan semangat kepada tim yang mereka dukung agar

memenangkan pertandingan apalagi dalam dunia sepak bola. Gojek ingin memberikan pesan bahwa hanya dengan mengangkat jempol ke atas dan sorakan dukungan sudah bisa memberikan semangat yang membara pada orang-orang. Peran jempol sebagai bentuk apresiasi dan membangkitkan semangat itu sangat penting dan tidak bisa diremehkan. Mungkin orang-orang menganggap jempol adalah satu bagian jari yang tidak memiliki banyak kegunaan. Padahal, dengan mengangkat jempol saja, itu merupakan bentuk apresiasi sekaligus memberikan semangat agar orang yang di tuju semakin termotivasi.

Kedelapan, makna yang disampaikan dalam iklan adalah jempol bisa hilangkan perih di hati dengan memberikan peran penting dalam menyeka air mata orang-orang yang sedang bersedih. Seperti yang terlihat dalam gambar ketika wanita menangis, lelaki menggunakan ibu jarinya untuk mengusap air mata wanita tersebut agar tidak sedih lagi. Namun terkadang, jempol juga menambah perih di mata adalah karena ketidakhati-hatian orang dalam melihat jari-jarinya apakah sudah bersih atau tidak. Karena jika terkena noda dari berbagai makanan apalagi pedas, maka dapat menciptakan perih di mata. Meski bisa menjadi penyeka kesedihan, jempol juga bisa membuat perih mata. Jempol di adegan iklan tersebut merepresentasikan sebagai seorang lelaki yang bisa menghilangkan kesedihan di hati seseorang, namun terkadang juga membuat hati orang tersebut tersakiti dan akhirnya berujung pada perih di mata yang berakhir pada menangis. Kegunaan lainnya dari sebuah jempol adalah kita bisa mengusapkan jempol pada kelopak mata seseorang yang menangis merupakan tindakan untuk menenangkan diri seseorang, jempol memiliki banyak sekali makna positif apabila kita menggunakannya dengan niat dan tujuan yang baik.

Kesembilan, potongan adegan dalam iklan Gojek Indonesia ini menyampaikan makna bahwa jempol bisa berperan sebagai menambal sesuatu yang sudah rusak atau menutup lubang-lubang kecil seperti dalam gambar. *Thumb-elan* merupakan representasi dari peran jempol yang bisa menambal apapun, misalnya ketika payung berlubang sehingga menggunakan jempol untuk menambal lubangnya terlebih dahulu karena terdesak. Oleh karena itu, Gojek ingin memberikan pesan untuk tidak meremehkan peran dari jempol yang bisa digunakan untuk apapun tergantung cara pemakaiannya apakah untuk kebaikan atau untuk hal yang buruk.

Kesepuluh, makna yang tersirat adalah banyak sekali orang-orang saat ini yang memiliki rahasia besar yang hanya bisa dibuka olehnya sendiri. Seperti dalam gambar saat orang tersebut menimbun banyak harta, dia menggunakan sidik jari dari jempolnya sehingga

pintu rahasia terbuka dan dia bisa mengambil apa yang ditimbunnya. Hal ini merujuk pada para koruptor yang mungkin memiliki ruangan rahasianya sendiri untuk menimbun segala sesuatu yang sudah mereka ambil dari rakyat seperti uang ataupun emas dari hasil pencurian mereka bermilyaran rupiah. Jempol dari seseorang bisa membuka pintu rahasia terbesar sekali pun berarti bahwa hal itu memiliki peran untuk membuka sebuah pintu yang hanya bisa dibuka olehnya tapi tidak bisa dibuka oleh orang lain.

Kesebelas, makna yang disampaikan adalah banyak sekali kasus atau kejadian pembunuhan, pencurian, dan sebagainya yang diusut dengan menggunakan sidik jari dari para pelaku ataupun korban untuk mencari tahu kebenaran yang terkandung di dalamnya. Biasanya kasus-kasus tersebut merupakan sebuah misteri yang sulit terpecahkan. Namun jempol juga memiliki peranan penting dalam memecahkan kasus. Jika pelaku tidak mengetahuinya, para polisi bisa melacak kejadian dengan sidik jari yang menempel di setiap objek sekitar TKP untuk diidentifikasi dalam menguak misteri pembunuhan atau sebagainya sehingga pelaku tertangkap. Disini dapat dijelaskan jika apabila kita menggunakan jempol dalam situasi tertentu, dapat mencegah sesuatu yang buruk akan terjadi. Dengan mencegah hal buruk terjadi, bisa menyelamatkan nyawa banyak orang.

Keduabelas, makna dalam iklan yang disampaikan memperlihatkan massa yang biasanya berkumpul untuk menikmati suatu acara ataupun pertunjukkan, termasuk panggung dangdut yang membuat mereka berjoged sampai mengangkat tangan atau bahkan jempol mereka untuk menikmati acara tersebut. Selain dari pertunjukkan, jempol juga bisa menggerakkan massa dalam melakukan kampanye dan sebagainya yang bisa menggerakkan massa dalam memberi dukungan atau sorakan kepada seseorang. Memberikan dukungan kepada orang lain juga bisa membuat kita lebih di pandang menjadi orang yang baik dan menghargai sesama manusia.

Terakhir, makna yang hendak disampaikan Gojek dalam iklannya adalah gambaran perihal peran jempol dalam mengoperasikan ponsel termasuk memberikan apresiasi terhadap kinerja seseorang. Tak hanya mengacungkan jempol, namun juga bisa dengan sentuhan kecil di ponsel misalnya dalam mengapresiasi kinerja para ojek online di Gojek, sebagai pengguna senantiasa mengapresiasi dengan memberikan bintang lima pada tukang ojek yang sudah mengantarkan penumpang sampai tujuan. Selain itu, Gojek juga ingin menunjukkan bahwa sentuhan kecil yang dibuat oleh jempol pada aplikasinya bisa membantu sekitar seperti mengirimkan paket kepada seseorang yang ada di dalam kota maupun di luar kota dengan

mudah. Hal ini merujuk pada kinerja pengguna Gojek yang memberikan jempol peranan penting dalam penggunaannya dengan berbagai fasilitas Gojek yang ada. Dengan menggunakan jempol untuk memberi bintang 5 kepada driver gojek dapat membuat driver menjadi lebih senang, merasa di hargai dan membuat driver sadar bahwa melakukan hal-hal baik akan mendapatkan balasan yang sepadan.

SIMPULAN

Makna denotasi dalam iklan adalah memperlihatkan berbagai aktivitas manusia yang menggunakan jempol dalam meminta bantuan, memberikan apresiasi kepada orang-orang, sampai pada meracik bumbu yang enak untuk membuat makanan. Hal ini diperlihatkan dalam tigabelas potongan adegan yang menunjukkan berbagai aktivitas manusia yang menggunakan jempol sebagai kekuatan besar yang memiliki dampak besar juga bagi sekitar meski kerap dianggap kecil.

Makna konotasi dalam iklan adalah memperlihatkan adanya ajakan untuk semua orang dalam memberikan apresiasi kepada orang lain dengan hanya menggunakan jempol, namun bisa memberikan dampak yang besar bagi lingkungan. Gojek Indonesia juga ingin memberikan pesan bahwa setiap orang bisa memberikan apresiasi untuk orang-orang yang berharga tapi lupa untuk dihargai. Semua orang patut diacungi jempol karena semuanya hebat dengan melakukan kerja keras dan semangat.

Makna mitos dalam iklan adalah untuk tidak menyepelekan kekuatan dari jempol yang ternyata memiliki dampak besar dan luas bagi kehidupan manusia. Dampak yang dihasilkan dari kekuatan jempol bisa bermacam-macam, tergantung cara penggunaan dan seberapa bijak manusia menggunakannya. Tidak perlu perihal sesuatu yang besar. Meski jempol terlihat kecil dan kerap disepelekan, namun bisa berarti bagi kebaikan dan berdampak bagi sekitar. Jadi berhati-hatilah dalam menggunakan jempol agar tidak terjadi suatu masalah yang bisa berdampak besar pada kehidupan

DAFTAR REFERENSI

Buku

Budiman, K. 2004. *Semiotik Visual*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik.

Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Dewan Periklanan Indonesia. 2014. "Etika Pariwisata Indonesia: Amandemen 2014." P. 127 in.

Doembana, I., Rahmat, A. & M. Farhan. 2017. *Buku Ajar Manajemen Dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Yogyakarta: ZAHIR Publishing.

Durianto, Sugiarto, Widjaja dan Supratikno. 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif*.

Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Durianto. 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ghozali, Dody M. 2005. *Comunication Measurement; Konsep Dan Aplikasi Pengukuran*

Kinerja Public Relation. Bandung: Simbiosis Ekatama Media.

Gunawan. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.

Helianthusonfri, Jefferly. 2014. *YouTube Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kasali, Renald. 2001. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama.

Kriyantono. 2008. *Teknik Praktis Kiat Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kurniawan. 2001. *Semiologi Roland Barthes*. Magelang: Indonesia Tera.

Lull, Jame. 2000. *Media Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*. Terj. edited by

A. S. Abadi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi Dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada

Media Group.

Muhammad, Arni. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nugrahani, F., & Hum, M. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books.

Roudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Press.

Rusmana, D. 2014. *Filsafat Semiotika: Paradigma, Teori, Dan Metode Interpretasi Tanda Dari*

Semiotika Struktural Hingga Dekonstruksi Praktis. Bandung: Pustaka Setia.

Stokes, Jane. 2006. *How To Do Media and Cultur Studies*. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. III. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Prenada.

winarni. 2003. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. edited by U. M. Malang. Malang.

Jurnal

Apriani, D. R. 2017. "Analisis Semiotika Iklan Bukalapak Versi 'CEO Minta Maaf' Di Media Sosial Youtube." Universitas Prof. Dr. Moestopo Jakarta.

Ardia, V. 2020. "Tanda, Pesan Dan Makna Iklan Gojek Versi Cendekiawan Semiotika Charles Sanders Pierce." *Kajian Ilmu Sosial* 1 (2):71–80.

Dewan Periklanan Indonesia. 2014. "Etika Pariwisata Indonesia: Amandemen 2014." P. 127 in.

- Firdaus, M. 2018. "Makna Kecantikan Dalam Iklan: Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Citra Sakura Fair UV Versi Febby Rastanty." UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Haryono, S. R., & Putra, D. K. S. 2017. "Identitas Budaya Indonesia Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Aqua Versi Temukan Indonesiamu." *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna* 13 (2):67–88.
- Makmun, S. 2017. "Makna Dan Pesan Iklan Gambar Pada Kemasan Rokok Terbaru 2014 Dengan Kajian Segitiga Makna C.K. Ogden Dan I.A. Richards." *Jurnal Linguistik, Sastra, Dan Pendidikan* 2 (1):1–14.
- Mudafiuddin, B. 2020. "Representasi Peran Ibu Dalam Iklan (Analisis Semiotika Pada Iklan Bertema Hari Ibu)." *Jurnal Common* 4 (1):1–18.
- Nanuru, R. F. 2017. "Seni Berwawasan Teknologi Modern."
- Nurimba, Y., & Muhiddin, A. 2020. "Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Rokok Apache Versi Hidup Gue Cara Gue." *Journal of Communication Sciences (JCoS)* 3 (1):18–25.
- Pawaka, D., & Choiriyati, W. 2020. "Analisis Resepsi Followers Milenial@ IndonesiaFeminis Dalam Memaknai Konten Literasi Feminisme." *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (1):70–86.
- Ramadani, D., & Herdi, H. 2021. "Studi Kepustakaan Mengenai Kinerja Guru Bimbingan Dan Konseling Dalam Perencanaan Program Bimbingan Dan Konseling Di Sekolah." *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling* 7 (1):42–52.
- Sarastuti, D. 2017. "Strategi Komunikasi Pemasaran Online Produk Busana Muslim Queenova." *Visi Komunikasi* 16 (01):71–90.
- Sulistyawati, P. 2016. "Analisis Semiotika Makna Pesan Pada Iklan Axis Versi 'Iritologi-Menatap Masa Depan.'" *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia* 2 (1):88–102.
- Tasruddin, R. 2015. "Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif." *Jurnal Al Khitabah* 2 (1):107–16.
- Wicaksono, A. R. 2021. "Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Televisi Pertamina Edisi Ramadhan 1442 H." *Jurnal Penelitian Seni Budaya* 13 (2):155–64.
- Internet
teknovidia.com. n.d. "Profil Dan Sejarah Perusahaan Gojek, Startup Kebanggaan Indonesia." Retrieved February 12, 2022 (<https://www.teknovidia.com/profil-sejarah-gojek/>).