

## ABSTRACT

*Advertising is one of a form of communication which companies use a way to market their products and services. Many companies are using advertising as a media promotion, such as Shopee. An entitled advertisement of “Shopee Pasti COD” which have reached 36 million viewers on their YouTube channel, provides a campaign of payment method using Cash on Delivery system. The advertisement itself constructed a purposive message for people to use Cash on Delivery as their payment method while buying things online. This research aims to analyze the meaning of the advertisement message based on the signs; icons, indexes, and symbols towards Shopee’s advertisement of “Shopee Pasti COD” version. To find the meaning itself, the signs were analyzed using Peirce’s semiotics theory of three elements; sign, object, interpretant (triangle meaning). The result of the research provides seven scenes accordance to the advertisement, one of the five scenes provides meaning of how the advertisement scares customers from the threat of other payment method. The sixth and seventh scenes provides solutions which Shopee gives to its customers to use Cash on Delivery method. The solutions is merely to persuade customers from using credit card which will cause bad impact on users, while using internet banking with free wifi may cause cyber crime, ATM with long queuing may cause tiredness, paying by merchant on bad weather will cause you trouble, and payments on cashier will get you attacked by the rich.*

**Keywords:** *advertising, message, meaning of message, semiotics, e-commerce, cash on delivery*

## ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk dan jasanya. Banyak perusahaan yang telah menggunakan iklan sebagai media pemasaran, salah satunya Shopee. Dengan iklan bertajuk “Shopee Pasti COD” dalam kanal YouTube-nya, Shopee memperkenalkan metode pembayaran dengan sistem *Cash on Delivery*. Iklan yang telah ditonton sebanyak 36 juta kali ini, memiliki sebuah pesan yang dikonstruksikan secara sengaja. Sebagaimana tujuan dari iklan “Shopee Pasti COD” adalah untuk mengajak konsumen menggunakan metode pembayaran *Cash on Delivery*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna pesan berdasarkan tanda ikon, indeks, dan simbol yang ada dalam iklan Shopee Versi “Shopee Pasti COD”. Untuk memperoleh makna pesan, tanda dalam iklan dianalisis menggunakan Teori Semiotika Peirce, melalui proses pemaknaan *sign*, *object* dan *interpretan* (segitiga makna Peirce). Hasil analisis berdasarkan tanda ikon, indeks dan simbol dari ketujuh scene menyatakan bahwa dari analisis *scene* pertama sampai dengan *scene* kelima Shopee memberikan kesan iklan yang menakuti konsumen akan bahaya dari metode pembayaran lain. Analisis *scene* keenam dan ketujuh merupakan solusi yang diberikan Shopee untuk menangani bahaya tersebut. Secara menyeluruh iklan ini menyampaikan pesan bahwa pembayaran COD mematahkan lima metode pembayaran belanja online lainnya. Seperti yang dijelaskan dalam masing-masing *scene* bahwa kartu kredit memberikan dampak buruk kepada penggunanya, menggunakan internet banking dengan wifi gratis akan memberikan resiko terkena serangan siber, antri dan melelahkan saat menggunakan ATM, pembayaran melalui minimarket saat cuaca buruk dapat membahayakan diri, dan pembayaran melalui kasir diserang oleh orang yang memiliki banyak uang.

**Kata Kunci :** iklan, pesan, makna pesan, semiotika, *e-commerce*, *cash on delivery*