ABSTRAK

Nama / NIM : Jeremy Manuel Andrian/ 2018-0501-031
Judul : Makna Kerokan Pada Iklan Kredivo Versi "Kerokan Sefleksibel Itu" Di Youtube (Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)
Jumlah Halaman : 81 Halaman
Daftar Pustaka : 21 buku (2011-2019), 28 jurnal, (2010-2021) dan 7 Website

Salah satu industri yang sedang berkembang yakni industri financial technology. Pada iklan terdapat pesan tersembunyi di luar dari pesan yang nyata disampaikan dalam iklan termasuk iklan Kredivo versi "Kerokan Seflekfibel Itu". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanda berdasarkan ikon, indeks dan simbol dan makna kerokan dalam iklan Kredivo versi "Kerokan Sefleksibel Itu". Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika Charles Sanders Peirce. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis semiotika Charles Sanders Peirce di mana peneliti memfokuskan pada tanda berdasarkan objek yang terdiri dari ikon, indeks dan simbol. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan jenis data menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan ikonnya adalah potongan-potongan gambar terlampir yang mewakili keadaan sebenarnya di mana terdapat seorang pria yang hendak melakukan kerokan. Indeksnya merupakan potongan-potongan gambar terlampir yang menjadi tanda bahwa ada sesuatu yang memengaruhi terciptanya gambar tersebut. Simbol yang terkandung yaitu persiapan kerokan, fleksibilitas, simplisitas, futuristis, kemudahan pemakaian Kredivo, dan solusi dari masalah. Beberapa makna kerokan yang digunakan Kredivo untuk menyampaikan pesan pemasaran melalui iklan Kredivo versi "Kerokan Sefleksibel Itu" antara lain menggambarkan kemudahan penggunaan Kredivo, proses yang cepat, fleksibilitas Kredivo, kepercayaan konsumen terhadap Kredivo, dan Kredivo sebagai solusi dari masalah pembayaran. Diperoleh kesimpulan yakni ikon, indeks, simbol menandakan seorang pria kerokan dengan tubuh fleksibel melalui proses penyuntingan dan perekaman sehingga menciptakan simbol-simbol berupa makna kerokan yang menggambarkan fleksibilitas, simplisitas, futuristis, kemudahan pemakaian Kredivo, dan solusi dari masalah.

Kata Kunci: komunikasi, semiotika, iklan, fintech, kerokan, media sosial