

REPRESENTASI PERJUANGAN HIDUP DALAM IKLAN GOTO (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE IKLAN GOTO SATUKAN SEMANGAT KITA BISA)

Rizky Priyambodo¹ Ivanina Zuhdi Pane²
Universitas Esa Unggul

¹⁾ rizkyppurnomo@student.esaunggul.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the representation of the struggle for life in advertisements to provide an overview of living the ups and downs of life. In 2021, GoTo, as a company resulting from the merger of Gojek and Tokopedia, which is engaged in buying and selling and transportation on online platforms, displays an advertisement entitled "United Our Spirit Can #RiseTogether" which describes how a person struggles in fighting for his family's life. As a descriptive qualitative research that uses the constructivism paradigm and semiotic analysis of the theory of Charles Sanders Peirce in analyzing the meaning of advertising messages from the values of the struggle for life. In this study using the concept of semiotics from the theory of Charles Sanders Peirce which consists of sign, object, interpretant. The advertising message represents the struggle of life for a school student and the head of a family in fighting for his family's life in managing duck eggs for livestock and later developing into a duck restaurant that is popular with the community. However, with the emergence of the Covid-19 pandemic everything has changed and had a bad impact on the economy of the Indonesian people. Many people in the society, both traders and workers, who need to get up and find other ways to adjust to the current situation. The results of this study are the meaning of the message displayed in the GoTo advertisement which can motivate the audience in living the twists and turns of life to achieve a decent life and bounce back together from difficult times.

Keywords : *semiotic, representation, life struggle*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi perjuangan hidup pada iklan untuk memberikan gambaran dalam menjalani pasang surut kehidupan. Pada tahun 2021, GoTo sebagai perusahaan hasil *merger* dari Gojek dan Tokopedia yang bergerak di bidang jual beli dan alat transportasi pada platform *online* menampilkan iklan berjudul "Satukan Semangat Kita Bisa #BangkitBersama" yang menggambarkan bagaimana perjuangan seseorang dalam memperjuangkan kehidupan keluarganya. Sebagai penelitian kualitatif deskriptif, penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dan analisis semiotika dari teori Charles Sanders Peirce dalam menganalisis makna pesan iklan dari nilai-nilai perjuangan hidup. Penelitian ini menggunakan konsep semiotika dari teori Charles Sanders Peirce yang terdiri dari *sign, object, interpretant*. Pesan iklan tersebut merepresentasikan perjuangan hidup seorang pelajar sekolah dan ayahnya sebagai kepala keluarga dalam memperjuangkan kehidupan keluarganya dalam mengelola telur bebek ternak yang kemudian berkembang menjadi sebuah restoran bebek goreng yang digemari masyarakat. Namun, dengan munculnya pandemi Covid-19, membuat segalanya telah berubah dan berdampak buruk bagi perekonomian masyarakat Indonesia. Banyak sekali anggota masyarakat baik pedagang maupun pekerja yang terdampak sehingga harus bangkit untuk mencari cara lain untuk menyesuaikan dengan keadaan yang sedang terjadi. Hasil dari penelitian ini adalah makna pesan yang ditampilkan dalam iklan GoTo yang dapat memotivasi penonton dalam menjalani lika-liku kehidupan untuk mencapai kehidupan yang layak dan bangkit kembali bersama dari masa-masa sulit.

Kata kunci : *semiotika, representasi, perjuangan hidup*