

ABSTRAK

Iklan adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pengiklan kepada target audiensnya. Salah satu media beriklan yang efektif digunakan adalah Youtube. Youtube mampu mengambil peran dengan informasi detil mengenai suatu produk. Kelebihan ini dimanfaatkan oleh perusahaan *e-commerce* sebagai media periklanan, salah satunya adalah Bukalapak.

Penelitian ini adalah penelitian analisis deskriptif kualitatif yang berfokus pada makna yang disampaikan dalam iklan Bukalapak. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 8 episode serial iklan Youtube Bukalapak ‘Medok Pendekar Jari Sakti. Serial ini terkenal dengan metode penyampaian iklan yang sederhana tapi mengandung banyak makna. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dalam bentuk bagan tanda. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui makna iklan yang ingin disampaikan dalam iklan tersebut. Penelitian ini menggunakan teori semiotika menurut perspektif Roland Barthes. Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda, fungsi tanda dan produksi makna. Penelitian ini juga menggunakan 7 dari 9 formula keabsahan data yang dikemukakan oleh Andrik Purwasito untuk menguatkan proses pemaknaan.

Berdasarkan analisis yang sudah dilakukan, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa makna iklan yang disampaikan Bukalapak memuat pesan moral. Bukalapak sebagai komunikator berusaha memberikan pemaknaan kepada konsumennya tanpa memunculkan sikap konsumerisme. Selain itu, Bukalapak juga membangun kesan bahwa dirinya merupakan solusi dari berbagai permasalahan di masyarakat yang ditunjukkan dari makna denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dalam serial iklan ini.

Kata kunci: semiotika, iklan, youtube

ABSTRACT

Advertisement is a means of communication used to deliver a message from the advertiser to their target audience. Youtube is one of the effective platform for advertising. Youtube is able to take a role with detailed information about a product. This advantage is utilized by e-commerce companies as advertising media, one of which is Bukalapak.

This research uses qualitative descriptive analysis which focuses on the meanings conveyed in Bukalapak advertisements. The data used in this research is 8 episodes of Youtube Bukalapak 'Medok Pendekar Jari Sakti. The series is famous for its simple but meaningful ad delivery method. This research aims to explain the meaning of denotation, connotation and myth contained in the form of a sign chart. In addition, this study also aims to determine the meaning of advertising to be conveyed in these ads. This research uses semiotics theory according to Roland Barthes perspective. Semiotics is the study of signs, sign functions and the production of meaning. This research also uses 7 of 9 formulas of data validity proposed by Andrik Purwasito to strengthen the process of meaning.

Based on the analysis that has been done, the results of this research indicate that the meaning of advertisements submitted by Bukalapak contains a moral value. Bukalapak, as a communicator, trying to give meaning to the consumer without raising the attitude of consumerism. In addition, Bukalapak also builds the impression that he is the solution of various problems in society which is shown from the meaning of denotation, connotation and myths contained in this ad series.

Keyword: semiotic, advertisement, youtube