

ABSTRAK

Iklan adalah salah satu sarana bagi perusahaan untuk memasarkan serta menginformasikan khalayak tentang barang atau jasa yang mereka jual. Banyaknya tuntutan ide kreatif dalam pembuatan iklan membuat Bukalapak.com harus semakin membuat inovasi dalam pembuatan iklannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan nilai moral pada iklan Bukalapak.com “Bu Linda” di Youtube. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif interpretative. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, studi pustaka, serta referensi-referensi yang berkaitan dengan penelitian. Teknik analisis yang digunakan menggunakan konsep Semiotika Charles Sanders Peirce yang membahas tentang tanda, objek, dan interpretasi iklan. Penelitian ini menggunakan 5 dari 9 formula, yakni intersubjektivitas, common sens, konteks fisik dan sosial, intertekstualitas, dan fungsi tanda, sejarah, mitologi. Iklan Bukalapak “Bu Linda Hasil penelitian dari iklan Bukalapak.com “Bu Linda” di Youtube mengandung pesan-pesan nilai moral antara lain kedisiplinan, menjaga diri dari hal negatif, rasa suka berbagi, profesionalitas dalam bekerja, serta toleransi dalam beragama dan bernegara. Motif komunikasi yang ditemukan adalah motif psikologi.

Kata Kunci: *Iklan Youtube, Nilai Moral, Semiotika Charles Sanders Peirce, Iklan Bukalapak.com versi Bu Linda.*