

## ABSTRAK

Sebagai produk olahraga, Nike selalu membuat iklan yang tidak hanya mempromosikan produknya saja tetapi menyebarkan pesan-pesan di balik iklannya. Dengan kampanyenya yang bernama “Just Do It” diharapkan Nike bisa menyebarkan nilai-nilai dari isu-isu yang berkembang di masyarakat saat ini untuk dijadikan pembelajaran bersama. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui simbol-simbol atau tanda-tanda yang ada dalam iklan Nike “Just Do It” ini dan mengetahui gambaran secara keseluruhan tentang makna pesan sosial yang disampaikan pada kedua iklan tersebut. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan analisis dan interpretasi data, maka dapat digambarkan bahwa iklan Nike “Just Do It” versi Walt Stack dan Colin Kaepernick menggambarkan nilai-nilai sosial yang terdapat di iklan tersebut seperti nilai vital tentang mendapatkan ilmu dimana saja untuk terus belajar meraih mimpi. Kemudian, nilai estetika yang muncul adalah tentang bagaimana sebuah perjuangan yang harus ditempuh untuk mendapatkan sebuah hasil yang positif. Nilai moral yang diajarkan di iklan versi Walt Stack adalah bagaimana menghadapi orang yang berprasangka buruk dan tetap menjaga kebugaran di usia senja. Kemudian, nilai moral dari iklan versi Colin Kaepernick adalah tentang mempertahankan prinsip dan kepercayaan dengan konsekuensi pengorbanan yang besar, dan dedikasi yang diberikan. Kedua iklan ini mengajarkan bahwa untuk meraih sesuatu hasil yang baik dan untuk dapat meraih mimpi, mempertahankan prinsip yang sudah dipegang akan selalu mendapat halangan. Penelitian ini hendaknya menjadi sebuah referensi bagi masyarakat umum untuk mengetahui nilai-nilai sosial yang terdapat dalam iklan Nike “Just Do It” versi Colin Kaepernick dan Walt Stack.

Kata kunci: *sosial, nilai sosial, Nike, semiotika.*