

**MAKNA PESAN VISUAL IKLAN GOFOOD VERSI “ANAK  
BARU” DI MEDIA YOUTUBE**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**Ahmad Budi Heriyanto**

**051603503125092**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JAKARTA**

**2020**

**MAKNA PESAN VISUAL IKLAN GOFOOD VERSI “ANAK  
BARU” DI MEDIA YOUTUBE**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**Ahmad Budi Heriyanto**

**051603503125092**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

**MEANING A MESSAGE VISUAL ADVERTISING GOFOOD  
VERSION OF “NEW CHILDREN” ON YOUTUBE MEDIA**

**THESIS**

**Submitted as one of the requirements to obtain a degree**

**Bachelor of communication science**



**Arrenged by:**

**Ahmad Budi Heriyanto**

**051603503125092**

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

**SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (SKRIPSI) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Jakarta, Agustus 2020  
Yang membuat pernyataan,



(Ahmad Budi Heriyanto)  
051603503125092

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : Ahmad Budi Heriyanto  
NIM : 051603503125092  
JUDUL : Makna Pesan Visual Iklan GoFood Versi “Anak Baru” di Media Youtube  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan


**Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.**


Jakarta, 31 Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

  
(Dr. Radita Gora Tayyibnapis, S.Sos, MM)

  
(Sandra Olifia, M.Si)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

  
(Sandra Olifia, M.Si)

  
(Dr. Radita Gora Tayyibnapis, S.Sos, MM)

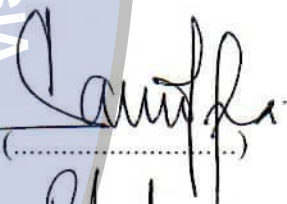


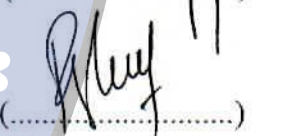
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

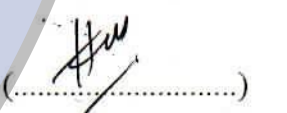
NAMA MAHASISWA : Ahmad Budi Heriyanto  
NIM : 051603503125092  
JUDUL : Makna Pesan Visual Iklan GoFood Versi “Anak Baru” di Media Youtube  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 31 Agustus 2020

Menyetujui,

Ketua penguji : **Sandra Olifia, M.Si** 

Anggota Penguji 1 : **Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom** 

Anggota Penguji 2 : **Fitri Sarasati M., M.Sc** 

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

  
(Sandra Olifia, M.Si)

Dekan FISIP

  
(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., MM)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Nama : Ahmad Budi Heriyanto  
NIM : 051603503125092  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan

Makna Pesan Visual Iklan GoFood Versi “Anak Baru” di Media Youtube

Jumlah Halaman : xii + 88 Halaman + 1 Lampiran  
Bibliografi : 17 Buku; 4 Skripsi; 1 Internet

**ABSTRAK**

Iklan GoFood memanfaatkan youtube sebagai alat untuk mempersuasi dan menarik minat dalam pelayanan jasa khususnya di bidang transportasi online. Berbagai video iklan GoFood dapat dengan mudah dicari maupun muncul di youtube.

Teori Interpretasi penulis menyimpulkan bahwa teori interpretasi adalah proses komunikasi melalui lisan, gerakan antara dua atau lebih, pembicara yang tak dapat menggunakan simbol-simbol yang sama, baik secara simultan.

Penelitian ini menggunakan paradigma kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes.

Subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Iklan GoFood versi Anak Baru. Sedangkan objek penelitiannya adalah gambar atau scene iklan yang ada pada Iklan GoFood versi Anak Baru yang menunjukkan makna pesan dalam visual “Anak Baru”.

Hasil penelitian yang didapatkan Iklan GoFood versi Anak Baru menggambarkan bagaimana realitas kehidupan seseorang yang menunjukkan kecenderungan melakukan bullying kepada seseorang bertubuh kecil ‘kurus’. Iklan ini juga menampilkan bagaimana akibat dari bullying terhadap korban dan juga pelaku. Iklan ini juga menggambarkan apa faktor penyebab seorang melakukan bullying.

**Kata kunci** : Interpretasi, Semiotika, Bullying  
**Pembimbing I** : Sandra Olifia, M.Si  
**Pembimbing II** : Dr. Radita Gora Tayyibnaps, S.Sos, MM

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

**SATYA STATE UNIVERSITY OF INDONESIA**

**NAME** : Ahmad Budi Heriyanto  
**NIM** : 051603503125092  
**PROGRAM STUDY** : Communication Studies  
**SPECIALIZATION** : Advertising

*Meaning a Message visual advertising GoFood Version of "New Children" on Youtube Media*

*Number of Pages : xii + 88 Pages + Official*

*Bibliography : 17 books; 4 Thesis; 1 Internet*

**ABSTRAK**

*GoFood advertisements use YouTube as a tool to persuade and attract interest in services, especially in the field of online transportation. Various GoFood advertising videos can be easily searched for or appear on YouTube.*

*Theory of Interpretation The author concludes that interpretation theory is a process of communication through oral, movement between two or more, speakers who cannot use the same symbols, both simultaneously.*

*This study uses a qualitative paradigm with the semiotic analysis method of Roland Barthes.*

*The research subject used in this study was the New Children's version of GoFood Ad. While the object of research is the image or scene of the advertisement in the Anak Baru version of GoFood advertisement which shows the meaning of the message in the visual "new children".*

*The research results obtained by a new version of a kid's Gofood advertisement illustrates how the reality of a person's life shows a tendency to bullying someone who is 'thin'. This ad also shows how the effect of bullying on victims and perpetrators. This ad also describes what factors cause bullying*

**Keywords** : Interpretation, Semiotika, Bullying

**Advisor I** : Sandra Olifia, M.Si

**Advisor II** : Dr. Radita Gora Tayyibnaps, S.Sos, MM