

LAPORAN SKRIPSI

**Analisis Visual pada Iklan Gojek Cerdikiawan terhadap Kecocokan dengan
Perilaku Anak Muda Jaman Sekarang**



Marcelino Dicky Kristianto

16.L1.0034

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2020

LAPORAN SKRIPSI

**Analisis Visual pada Iklan Gojek Cerdikiawan terhadap Kecocokan dengan
Perilaku Anak Muda Jaman Sekarang**

Diajukan dalam Rangka Memenuhi

Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Desain



Marcelino Dicky Kristianto

16.L1.0034

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

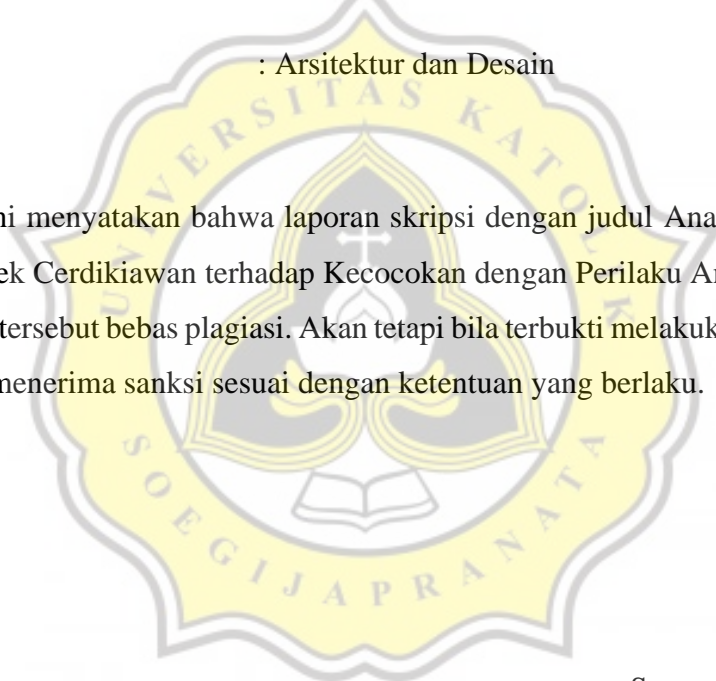
Nama : Marcelino Dicky Kristianto

NIM : 16.L1.0034

Progdi/ Konsentrasi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Dengan ini menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul Analisis Visual pada Iklan Gojek Cerdikiawan terhadap Kecocokan dengan Perilaku Anak Muda Jaman Sekarang tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.



Semarang, 10 Juli 2020

Yang menyatakan,



Marcelino Dicky Kristianto



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Analisis Visual Pada Iklan Gojek Cerdikiawan Terhadap
Kecocokan Dengan Perilaku Anak Muda Jaman Sekarang

Diajukan oleh : Marcelino Dicky Kristianto

NIM : 16.L1.0034

Tanggal disetujui : 03 Juli 2020

Telah disetujui oleh

Pembimbing : Maya Putri Utami S.Sn., M.Sn.

Penguji 1 : Agustinus Dicky Prastomo SIP., M.A.

Penguji 2 : Arwin Purnama Jati S.Sn., M.A.

Ketua Program Studi : Bayu Widianoro S.T., M.Sn

Dekan : Dr. Dra. B. Tyas Susanti M.A.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat
di bawah ini

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.L1.0034

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marcelino Dicky Kristianto

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

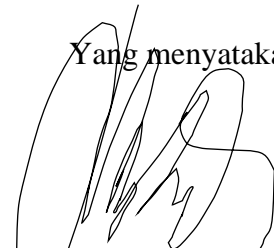
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul Analisis Visual Pada Iklan Gojek Cerdikiawan Terhadap Kecocokan Dengan Perilaku Anak Muda Jaman Sekarang beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 3 Juli 2020

Yang menyatakan



Marcelino Dicky Kristianto

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan anugerah – Nya sehingga skripsi berjudul Analisis Visual pada Iklan Gojek Cerdikiawan terhadap Kecocokan dengan Perilaku Anak Muda Jaman Sekarang ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

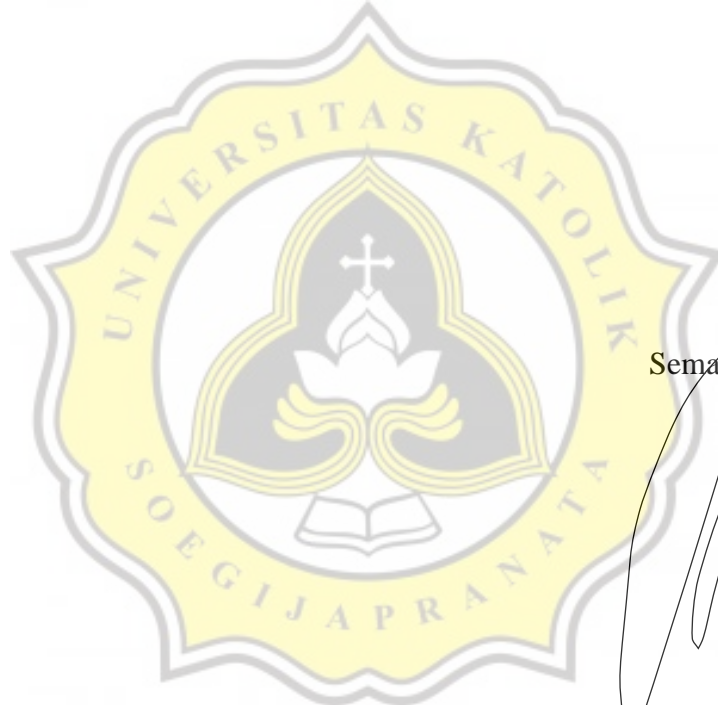
Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana desain komunikasi visual di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Selama penulisan skripsi ini tentunya banyak tantangan dan juga hambatan yang penulis hadapi namun pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat bimbingan dan bantuan dari segala pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan semangat baik moril maupun materil serta doa kepada penulis.
2. Ibu Maya Putri Utami, S.Sn., M.Sn. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
3. Bapak Agustinus Dicky Prastomo, SIP, MA. Selaku kepala jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
4. Seluruh jajaran dosen dan staff fakultas Arsitektur dan Desain Unika Soegijapranata Semarang
5. Teman saya Elvin Owen B dan juga Bernike Marchella Budiman yang telah banyak membantu penulis dalam proses perkuliahan.

6. Seluruh teman – teman satu Angkatan Fakultas Desain Komunikasi Visual yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan terhadap penulisan skripsi ini.

Penulis berharap agar makalah ini dapat berguna dan memberi pengetahuan kepada para pembaca. Namun terlepas dari itu, penulis memahami bahwa makalah ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran untuk terciptanya makalah yang lebih baik lagi.



Semarang, 3 Juli 2020

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and flourishes, positioned to the right of the date.

Penulis

ABSTRAK

Dalam penulisan skripsi ini, penulis membahas tentang Analisa visual dari Iklan Gojek dalam kecocokannya terhadap perilaku anak muda jaman sekarang. Pesatnya perkembangan media informasi sekarang ini tentunya berpengaruh terhadap apa yang disajikan di internet dengan pandangan masyarakat. Sehingga penulis ingin meneliti apakah iklan yang disajikan Gojek berjudul Cerdikiawan ini memiliki kesesuaian dengan tingkah laku anak muda sekarang. Hal itulah juga yang menjadi tujuan dari penulisan skripsi ini.



ABSTRACT

In this thesis, author discusses the visual analysis of Gojek Advertising in its compability with the behaviour of young people this day. Faster development of information media today certainly affects what is presented on the internet with the people's view. So author wants to examine wether the advertisement which is presented by Gojek titled Cerdikiawan has suitable with today's generation behavior. That is also the purpose of this thesis.



DAFTAR ISI

COVER	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.4 Metodologi Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Video	8
2.3 Teknik Videografi	8
2.3.1 Angle	8
2.3.2 Framing.....	9

2.3.3 Komposisi.....	9
2.3.4 Shot.....	9
2.3.5 Sequence.....	10
2.4 Iklan.....	10
2.4.1 Definisi Iklan.....	10
2.4.2 Tujuan Iklan.....	10
2.4.3 Fungsi Iklan.....	11
2.5 Representasi.....	12
2.6 Semiotika.....	12
2.6.1 Semiotika Saussure.....	13
2.7 Pengertian Remaja.....	13
2.8 Ciri – Ciri Remaja.....	13
2.8.1 Pertumbuhan Fisik.....	13
2.8.2 Cara Berfikir.....	14
2.8.3 Keterikatan dengan Kelompok.....	14
2.8.4 Pertumbuhan Emosional.....	14
2.9 Generasi Milenial.....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN DAN DATA PENELITIAN	16
3.1 Metode Penelitian.....	16
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	17
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.1.1 Observasi.....	17

3.1.1.1	Identifikasi Umum Iklan Gojek Cerdikiawan	17
3.1.1.2	Narasi Iklan Gojek Cerdikiawan	20
3.1.1.3	Visualisasi dan Deskripsi Iklan	21
3.1.2	Studi Pustaka	26
BAB IV ANALISIS DATA		28
4.1	Analisa per scene Iklan Gojek Cerdikiawan	28
4.1.1	Analisa Iklan Gojek Scene ke 1	28
4.1.2	Analisa Iklan Gojek Scene ke 2	30
4.1.3	Analisa Iklan Gojek Scene ke 3	32
4.1.4	Analisa Iklan Gojek Scene ke 4	34
4.1.5	Analisa Iklan Gojek Scene ke 5	36
4.1.6	Analisa Iklan Gojek Scene ke 6	37
4.1.7	Analisa Iklan Gojek Scene ke 7	39
4.1.8	Analisa Iklan Gojek Scene ke 8	40
4.1.9	Analisa Iklan Gojek Scene ke 9	41
4.1.10	Analisa Iklan Gojek Scene ke 10	42
4.1.11	Analisa Iklan Gojek Scene ke 11	44
4.2	Analisa Keseluruhan Iklan Gojek	45
4.3	Hubungan Iklan Gojek dengan Perilaku Anak Muda Jaman Sekarang	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran	49

DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pergantian Logo Gojek	2
Gambar 3.1 Scene Pertama	21
Gambar 3.1 Scene Kedua	22
Gambar 3.1 Scene Ketiga	22
Gambar 3.1 Scene Ke Empat	23
Gambar 3.1 Scene Ke Lima	23
Gambar 3.1 Scene Ke Enam	24
Gambar 3.1 Scene Ke Tujuh	24
Gambar 3.1 Scene Ke Delapan	25
Gambar 3.1 Scene Ke Sembilan	25
Gambar 3.1 Scene Ke Sepuluh	26
Gambar 3.1 Scene Ke Sebelas	26
Gambar 4.1 Shot pada scene pertama	28
Gambar 4.2 Shot pada scene pertama	29
Gambar 4.3 Shot pada scene pertama	29
Gambar 4.4 Shot pada scene pertama	29
Gambar 4.5 Shot pada scene pertama	29
Gambar 4.6 Shot pada scene pertama	30
Gambar 4.7 Shot pada scene kedua.....	31
Gambar 4.8 Shot pada scene kedua.....	31

Gambar 4.9 Shot pada scene kedua.....	31
Gambar 4.10 Shot pada scene ke tiga	33
Gambar 4.11 Shot pada scene ke tiga	33
Gambar 4.12 Shot pada scene ke tiga	33
Gambar 4.13 Shot pada scene ke empat.....	35
Gambar 4.14 Shot pada scene ke empat.....	35
Gambar 4.15 Shot pada scene ke empat.....	35
Gambar 4.16 Shot pada scene ke lima	36
Gambar 4.17 Shot pada scene ke lima	36
Gambar 4.18 Shot pada scene ke enam.....	38
Gambar 4.19 Shot pada scene ke enam.....	38
Gambar 4.20 Shot pada scene ke enam.....	38
Gambar 4.21 Shot pada scene ke tujuh	39
Gambar 4.22 Shot pada scene ke tujuh	40
Gambar 4.23 Shot pada scene ke delapan.....	41
Gambar 4.24 Shot pada scene ke delapan.....	41
Gambar 4.25 Shot pada scene ke sembilan.....	42
Gambar 4.26 Shot pada scene ke sepuluh.....	43
Gambar 4.27 Shot pada scene ke sepuluh.....	43
Gambar 4.28 Shot pada scene ke sebelas.....	44
Gambar 4.29 Shot pada scene ke sebelas.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Visualisasi dan Deskripsi Iklan.....	21
Tabel 4.1 Analisa Scene 1	28
Tabel 4.2 Analisa Scene 2.....	31
Tabel 4.3 Analisa Scene 3.....	32
Tabel 4.4 Analisa Scene 4.....	34
Tabel 4.5 Analisa Scene 5.....	36
Tabel 4.6 Analisa Scene 6.....	38
Tabel 4.7 Analisa Scene 7.....	39
Tabel 4.8 Analisa Scene 8.....	40
Tabel 4.9 Analisa Scene 9.....	42
Tabel 4.10 Analisa Scene 10.....	43
Tabel 4.11 Analisa Scene 11.....	44