

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

ABSTRAK

(A) DEKA MARCELLA (915160075)

(B) REPRESENTASI NILAI-NILAI KEPAHLAWANAN IKLAN GOJEK
(STUDI SEMIOTIKA CHARLES SANDER PIERCE PADA IKLAN GOJEK
VERSI KAMU – GOZALI

(C) XV + 59 hlm, 2020 tabel 2, gambar 2, bagan 2, lampiran 7

(D) *ADVERTISING*

Seiring perkembangan zaman, teknologi juga turut berkembang sehingga dapat memudahkan menjalankan berbagai aktivitas manusia terutama yang tinggal di daerah perkotaan. Gojek adalah salah satu aplikasi yang menyediakan layanan transportasi daring pertama di Indonesia. Iklan yang disajikan oleh Gojek juga unik dan mempunyai daya tarik tersendiri. Tujuan penulis melakukan penelitian terhadap iklan Gojek Versi Kamu - Gozali untuk mengetahui nilai-nilai kepahlawanan yang terdapat di dalamnya dengan menggunakan teori komunikasi massa, iklan, representasi, kepahlawanan dan semiotika Charles Sander Peirce. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif beserta menggunakan semiotik Charles Sander Peirce sebagai teknik analisis. Dalam penelitian ini, ditemukan makna dan beberapa nilai-nilai kepahlawanan dalam iklan Gojek Versi Kamu – Gozali yaitu rasa rela berkorban, kemerdekaan, kesetaraan yang ditunjukkan oleh mitra Gojek.

Kata Kunci : Gojek, Iklan, Semiotika, Nilai Kepahlawanan

(E) DAFTAR PUSTAKA: 26 Buku + 11 Sumber Online + 9 Jurnal Online

(F) Septia Winduwati S.Sos., M.si.