

ANALISIS IKLAN GOJEK VERSI *YOUTUBE* DI MASA COVID-19

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

**Nur'aini Kurnia Lila
NIM B05218028**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
JURUSAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2024

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur'aini Kurnia Lila
NIM : B05218028
Prodi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **Analisis Iklan Gojek Versi Youtube Di Masa Covid-19** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 21 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Nur'aini Kurnia Lila
NIM B05218028

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Nur'aini Kurnia Lila
NIM : B05218028
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Iklan Gojek Versi *Youtube* Di Masa Covid-19

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 21 Juni 2024
Menyetujui Pembimbing,



Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si
NIP.198311182009011006

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS IKLAN GOJEK VERSI *YOUTUBE* DI MASA COVID-19

SKRIPSI

Disusun Oleh
Nur'aini Kurnia Lila
NIM B05218028

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 26 Juni 2024

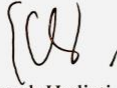
Tim Penguji

Penguji I



Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si
NIP 198311182009011006

Penguji II



Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si
NIP 197301141999032004

Penguji III



Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP 197102042005011004

Penguji IV



Muchlis, S.Sos.I, M.Si
NIP 197911242009121001



Sumatera Utara, 26 Juni 2024
Dekan,
Dr. Moch. Chaidir Arif, S.Ag. M. Fil.I.
NIP 1967110171998031001

iii

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur'aini Kurnia Lila
NIM : B05218028
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : nurainikurnialila@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Iklan Gojek Versi Youtube Di Masa Covid-19

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 Mei 2025

Penulis



(Nur'aini Kurnia Lila)

ABSTRAK **(Bahasa Indonesia)**

Nur'aini Kurnia Lila, B05218028, 2024. Analisis Iklan Gojek Versi Youtube Di Masa Covid-19

Salah satu perusahaan yang berkontribusi dalam memberikan pengetahuan tentang bahaya Covid-19 dan protokol perlindungan dalam mencegah penyebarannya yaitu Gojek Indonesia. Gojek membuat sebuah video iklan sebagai bentuk komitmen dalam mendukung pencegahan penyebaran virus covid. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa iklan Gojek versi Youtube dengan judul “Komitmen Bersama untuk Lewati Pandemi Covid-19” apakah merupakan iklan komersil atau iklan layanan masyarakat, serta mengetahui dampak iklan Gojek dalam memberikan pengaruhnya kepada masyarakat. Penelitian ini merupakan jenis kualitatif dengan pendekatan *framing analysis*. Peneliti telah melakukan wawancara kepada 5 orang informan dan diperoleh hasil bahwa iklan Gojek “Komitmen Bersama untuk Lewati Pandemi Covid-19” termasuk ke dalam iklan komersil karena tujuan akhirnya adalah untuk lebih banyak menarik minat konsumen dalam menggunakan layanan Gojek. Selain itu, pada iklan diselipkan tindakan *Corporate Social Responsibility* perusahaan Gojek Indonesia kepada mitra Gojek sebagai garda terdepan untuk membantu masyarakat. Dampak yang diberikan kepada masyarakat tentang iklan Gojek bahwa konsumen dapat merasa lebih aman dalam menggunakan layanan Gojek karena mitra Gojek bersedia menjadi garda terdepan bagi masyarakat selama pandemi dan mengabaikan kekhawatiran akan tertular

virus Covid-19 agar masyarakat dapat tetap menjalankan aktivitasnya meskipun hanya #DirumahAja.

Kata Kunci: Iklan Komersil, Iklan Layanan Masyarakat, Youtube, Gojek



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

(Bahasa Inggris)

Nur'aini Kurnia Lila, B05218028, 2024. An Analysis of Youtube Version of Gojek Advertisement

Gojek Indonesia contributes to spreading awareness about Covid-19 dangers and protection protocols. They produced a video advertisement to show their commitment to preventing the virus's spread. This study analyzes the YouTube advertisement titled “Joint Commitment to Overcome the Covid-19 Pandemic” to determine if it is a commercial advertisement or a public service announcement and to assess its impact on the public. Using a qualitative approach with framing analysis, researchers interviewed five informants. They concluded that the advertisement is commercial, aiming to attract more consumers to Gojek services. Additionally, it highlights Gojek's Corporate Social Responsibility (CSR) towards its partners, who help the community. The advertisement reassures consumers that Gojek partners are on the front lines during the pandemic, making them feel safer using Gojek services and continuing their activities despite Covid-19 concerns. #StayAtHome.

Key Words: Commercial Advertisement, Public Service Advertisement, Youtube, Gojek

ABSTRAK (Bahasa Arab)

تحليل نسخة يوتيوب من إعلانات. B05218028, 2024، نوراني كورنيا ليل
غوجيك الإندونيسية

تساهم شركة غوجيك إندونيسيا في نشر الوعي حول مخاطر كوفيد-19 وبرتوكولات الحماية من الفيروس. وقد أنتجت الشركة إعلانًا مصورًا لإظهار التزامها بمنع انتشار الفيروس. تحلل هذه الدراسة إعلان يوتيوب بعنوان "التزام مشترك للتغلب على جائحة كوفيد-19" لتحديد ما إذا كان إعلانًا تجاريًا أو إعلان خدمة عامة وتقييم تأثيره على الجمهور. باستخدام نهج نوعي مع تحليل التأطير، أجرى الباحثون مقابلات مع خمسة مخبرين. وخلصوا إلى أن الإعلان تجاري، يهدف إلى جذب المزيد من المستهلكين إلى خدمات غوجيك. بالإضافة إلى ذلك، يسلط الإعلان الضوء على المسؤولية الاجتماعية لشركة غوجيك تجاه شركائها الذين يساعدون المجتمع في الخطوط Gojek بطمئن الإعلان المستهلكين بأن شركاء الأمامية خلال الجائحة، مما يجعلهم يشعرون بأمان أكثر عند ومواصلة أنشطتهم على الرغم من Gojek استخدام خدمات. مخاوف كوفيد-19. ابقَ في المنزل.

الكلمات الرئيسية: الإعلانات التجارية، إعلانات الخدمة العامة، يوتيوب، غوجيك

DAFTAR ISI

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia).....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TRANSLITERASI	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Konsep.....	5
F. Sistematika Pembahasan	6
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	8
A. Kajian Perspektif Teoretik.....	8
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam.....	17
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	19
BAB III METODE PENELITIAN	26

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
B. Lokasi Penelitian	26
C. Jenis dan Sumber Data	27
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Teknik Analisis Data	28
F. Teknik Validitas Data	28
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	30
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	30
B. Penyajian Data	31
C. Analisis Data	39
BAB V PENUTUP	46
A. Simpulan	46
B. Rekomendasi	47
C. Keterbatasan Penelitian	47
DAFTAR PUSTAKA	48

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Identitas Informan.....	30
-----------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Video Iklan Gojek Versi Youtube	31
Gambar 4.2 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 1).....	32
Gambar 4.3 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 2).....	33
Gambar 4.4 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 3).....	33
Gambar 4.6 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 5).....	35
Gambar 4.7 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 6).....	35
Gambar 4.8 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 7).....	36
Gambar 4.9 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 8).....	37
Gambar 4.10 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 9).....	38
Gambar 4.11 Video Iklan Gojek Versi Youtube (Scene 10).....	38



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Rifky Amrilla, Ratna Setyarahajoe, and Yulius Puguhi Adi Widodo. "Analisis Isi Iklan Layanan Masyarakat Pada Akun Youtube Kementerian Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak Guna Menekan Angka Perkawinan Anak." *Jurnal Intelektual Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2020): 17–21.
- Chaeriyantama, Fahmi, and Muhammad Demsi Dupri. "Pembuatan Video Iklan Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Metro Menggunakan Metode MDLC." *JMSI* 2, no. 2 (2021): 154–66.
- Firmansyah, Anang. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media, 2020.
- Gojek. "Gojek Dukung Para 'Pahlawan' Tenaga Kesehatan Di Garis Depan COVID-19," 2024. <https://www.gojek.com/blog/gojek/gojek-dukung-tenaga-medis-covid-19>.
- Hasan, Muhammad, Tuti Khairani Harahap, Syahrial Hasibuan, and Iesyah Rodliyah. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukoharjo: Tata Media Grup, 2014.
- Hasibuan, Rizki Mahyani, Nur Syahadah Sinaga, and Awalayah Rahmadina. "Metode Analisis Framing Dalam Media Sosial." *Jurnal Edukasi Nonformal* 1, no. 1 (2020): 1–6.
- Hasyim, Noor, and Auria F Yogananti. "Menilik Video Iklan Komersil Dimasa Pandemi Di Indonesia." *SENADA: Prosiding Seminar Nasional Manajemen* 5, no. 1 (2022): 133–40. <http://senada.idbbali.ac.id>.

- Kementrian Kesehatan. “Covid-19,” 2021.
<https://ayosehat.kemkes.go.id/topik/covid-19>.
- Magfirah, Nurul. “Peranan Video Youtube Sebagai Alternatif Media Pembelajaran Di Masapa Pandemi.” *JRIP: Jurnal Riset Dan Inovasi Pembelajaran* 1, no. 2 (2021): 51–59.
- Miranda, Dian. “Pemanfaatan Video Youtube Dalam Pengembangan Kompetensi Perilaku Emosi Anak.” *Educatio: Jurnal Ilmu Kependidikan* 18, no. 2 (December 30, 2023): 244–55.
<https://doi.org/10.29408/edc.v18i2.24036>.
- Pratama, Arief, and Rosita Anggraeni. “Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen.” *Inter Community: Journal of Communication Empowerment* 1, no. 1 (2019).
- Pratama, I Gede Yudha. “Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Komunikasi Kaum Difabel.” *Jurnal Nawala Visual* 3, no. 1 (2021): 17–23.
<https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/nawalavisual>.
- Putri, Elbananda Melati, Wienike Dinar Pratiwi, and Een Nurhasanah. “Penggunaan Media Video Iklan Layanan Masyarakat Di Kanal Youtube Terhadap Pembelajaran Menulis Paragraf Persuasi Siswa Di Sekolah Menengah Pertama.” *EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN* 3, no. 4 (August 10, 2021): 2339–50.
<https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i4.1183>.
- Rabbani, Didin Burhanuddin, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, Mulyati, and Muhammad Umar. *Komunikasi Pemasaran*.

Padang: Global Eksekutif Teknologi, 2022.
www.globaleksekutifteknologi.co.id.

Sinaga, Corry Novrica, Elvita Yenni, and Rafieqah Nalar Riezky. “Pembuatan Iklan Komersial Di Media Sosial Untuk Pengembangan Usaha Kecil Di Komunitas Goptki Dan Ipemi Kota Binjai.” *Wahana Inovasi* 9, no. 1 (2020): 199–209. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/392>.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Tiara, Zakyyah Medina, and Marsudi. “Video Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Alternatif Untuk Pencegahan Dampak Stunting Di Mojokerto.” *Jurnal Barik* 1, no. 3 (2020): 64–79. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>.

Wahyuningsih, and Hindun. “Penggunaan Media Iklan Youtube Kemenkes Dalam Pembelajaran Keterampilan Menulis Karangan Persuasi.” *Tabasa: Jurnal Bahasa Sastra Indonesia Dan Pengajarannya* 3, no. 1 (2022): 84–95. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/tabasa>.