

**Visi Retoris Gojek Melalui *Tagline* Karya Anak Bangsa  
(Analisis Tema Fantasi Pada Iklan Gojek Edisi  
Mempersembahkan : Cerdikiawan)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Chika Rachmadahyanti**

**201610415255**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

**Visi Retoris Gojek Melalui *Tagline* Karya Anak Bangsa  
(Analisis Tema Fantasi Pada Iklan Gojek Edisi  
Mempersembahkan : Cerdikiawan)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Chika Rachmadahyanti**

**201610415255**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Visi Retoris Gojek Melalui *Tagline* Karya Anak Bangsa (Analisis Tema Fantasi Pada Iklan Gojek Edisi Mempersembahkan : Cerdikiawan)

Nama Mahasiswa : Chika Rachmadahyanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415255

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Ari Sulistanto, S.Sos, M.I.Kom  
NID. 041812049

  
Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom  
NID. 041310015

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi : Visi Retoris Gojek Melalui *Tagline* Karya Anak Bangsa (Analisis Tema Fantasi Pada Iklan Gojek Edisi Mempersembahkan : Cerdikiawan)

Nama Mahasiswa : Chika Rachmadahyanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415255

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hizkia Yosias Polimpung  
NID. 041707041

Penguji I : Dr. Ari Sulistanto S.Sos., M.I.Kom  
NID. 041812049

Penguji II : Azhar Irfansyah S.IP., MA  
NID. 041812049

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP 1904409

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom  
NIP 150422



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi Visi Retoris Gojek Melalui *Tagline* Karya Anak Bangsa (Analisis Tema Fantasi Pada Iklan Gojek Edisi Mempersembahkan : Cerdikiawan) ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi/tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Chika Rachmadahyanti

201610415255

## ABSTRAK

**Chika Rachmadahyanti. 201610415255.** Visi Retoris Gojek Melalui Tagline Karya Anak Bangsa (Analisis Tema Fantasi Pada Iklan Gojek Edisi Mempersembahkan : Cerdikiawan).

Dalam pembentukan suatu merek, perusahaan menggunakan tema tema fantasi dalam mengkomunikasikan manfaat produk, kualitas produk serta membangun *brand activationnya* sendiri kepada publik. Tujuan merancang sebuah tema fantasi adalah untuk membawa konsumen ke pengalaman yang mereka percaya sebagai sebuah realitas, visi retorik merupakan tema fantasi yang telah berkembang dan meluas keluar dari kelompok asal yang mengembangkan fantasi tersebut. tema fantasi dapat dibuat melalui suatu iklan yang kreatif sehingga dapat menghasilkan urutan fantasi yang seolah olah nyata. Penulis menemukan beberapa tema fantasi dan *dramatic person* yang diciptakan dalam pembentukan merek Gojek melalui iklan Gojek edisi cerdikiawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis isi. Hasil tema fantasi yang terbentuk yaitu : cerdikiawan adalah anak bangsa yang berkarya dalam kecerdikan dan cerdikiawan menggunakan aplikasi karya anak bangsa. *Dramatic person* yang terbentuk yaitu (1) Anak Bangsa yang pandai dalam menggunakan dan memanfaatkan alat alat disekitar untuk menyelesaikan berbagai permasalahan, (2) Anak Bangsa yang mempunyai keahlian serta keberanian untuk menerobos segala tantangan dan berbagai permasalahan dalam satu waktu hanya dengan cara sederhana, (3) Anak bangsa yang mampu dalam memanfaatkan alat yang murah untuk mendapatkan hasil yang maksimal, (4) Anak bangsa yang menggunakan aplikasi karya anak bangsa.

Kata kunci : iklan, tema fantasi, *dramatic person*, visi retorik

## **ABSTRACT**

**Chika Rachmadahyanti. 201610415255. Rhetorical Vision of Gojek by Tagline Karya Karya Bangsa (Analysis of Fantasy Themes in Gojek Ads Advertising: Cerdikiawan)**

*In forming a brand, the company uses fantasy themes in communicating product benefits, product quality and building its own brand activation to the public. The purpose of designing a fantasy theme is to bring consumers to an experience that they believe to be reality, rhetorical vision is a fantasy theme that has evolved out of the original group that developed the fantasy. Fantasy themes can be created through a creative advertisement so as to produce a fantasy sequence that seems real. The author found several fantasy themes and dramatic person created in the formation of the Gojek brand through the Cerdikiawan of the Gojek advertisement. This research uses qualitative research methods with content analysis. The results of the fantasy themes that are formed are: the cerdikiawan are the children of the nation who work in ingenuity and the intellectuals use the application of the work of the nation's children. Dramatic person that is formed, namely (1) Children of the Nation who are good at using and utilizing tools around to solve various problems, (2) Nation Children who have the expertise and courage to break through all challenges and various problems at one time only by simple means, ( 3) Children of the nation are able to utilize inexpensive tools to get maximum results, (4) Children of the nation using the application of the creation of the nation's children.*

**Keywords:** *advertisement, fantasy theme, dramatic person, rhetorical vision*



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Segala puji bagi ALLAH SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat melaksanakan kegiatan Penelitian dan Pembuatan Skripsi ini dengan judul **Visi Retoris Gojek Melalui Tagline Karya Anak Bangsa (Analisis Tema Fantasi Pada Iklan Gojek Edisi Gojek Mempersembahkan : Cerdikiawan)** ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang penulis harapkan. Tak lupa ucapan terima kasih yang sebesar besarnya penulis haturkan kepada kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan dan doa restu kepada penulis. Penulis juga mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (purn). Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing satu yang telah memberikan banyak bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu
5. Bapak Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing dua yang telah memberikan banyak bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu
6. Bapak Dr. Hizkia Yosias Polimpung selaku ketua penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran kepada penulis
7. Bapak Azhar Irfansyah, S.IP., MA selaku penguji II yang telah memberikan banyak masukan dan saran kepada penulis
8. Bapak beserta Ibu Dosen Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh rekan kerja akademik yang tidak



mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah berperan penting terhadap proses penulisan skripsi penulis.

9. Keluarga besar Turbo yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis.
10. Saudara, Kerabat serta teman teman terdekat penulis (Endah Sekar, Ingerti Ipeh, Yunia Kintan, Ulfah Afifah, Farah Virgi, Tri Wahyuni, serta teman teman 8A5) yang telah memberikan semangat, dukungan dan bantuan kepada penulis selama proses penulisan skripsi

Penulis juga menyadari bahwa di dalam pelaksanaan Penelitian maupun penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga laporan penulis selanjutnya dapat menjadi lebih baik. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Hormat saya



Chika Rachmadahyanti

201610415255

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi Visi Retoris Gojek Melalui *Tagline* Karya Anak Bangsa (Analisis Tema Fantasi Pada Iklan Gojek Edisi Mempersembahkan : Cerdikiawan) ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi/tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Chika Rachmadahyanti

201610415255

# DAFTAR ISI

|                                                          | Halaman     |
|----------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                               | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....</b>                | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                           | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                           | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                     | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                    | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                               | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR BAGAN .....</b>                                | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                             | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                            | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                 | 1           |
| 1.2 Fokus Penelitian .....                               | 8           |
| 1.3 Rumusan Masalah .....                                | 8           |
| 1.4 Tujuan Penelitian.....                               | 8           |
| 1.5 Kegunaan Penelitian.....                             | 9           |
| 1.6 1.5.1 Kegunaan Teoritis .....                        | 9           |
| 1.5.2 Kegunaan Praktis.....                              | 9           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                     | <b>10</b>   |
| 2.1 Tinjauan Pustaka terkait penelitian sebelumnya ..... | 10          |
| 2.2 Kerangka Teori.....                                  | 17          |
| 2.2.1 Teori Konvergensi Simbolik .....                   | 17          |

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.2 Analisis Tema Fantasi .....                                  | 19        |
| 2.2.3 Definisi Iklan .....                                         | 21        |
| 2.2.4 Definisi <i>Tagline</i> .....                                | 24        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                                       | 25        |
| <b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>                          | <b>27</b> |
| 3.1 Metodologi Penelitian.....                                     | 27        |
| 3.2 Variabel dan Operasional Variabel .....                        | 28        |
| 3.3 Objek dan Subjek Penelitian .....                              | 30        |
| 3.4 Sumber Data .....                                              | 31        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                                  | 31        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                                     | 32        |
| 3.7 Teknik Keabsahan Data.....                                     | 34        |
| 3.7.1 Triangulasi Metode .....                                     | 34        |
| 3.7.2 Triangulasi Teori .....                                      | 34        |
| 3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                              | 35        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                | <b>36</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Penelitian .....                                 | 36        |
| 4.2 Profil Perusahaan Gojek .....                                  | 36        |
| 4.3 Hasil Dan Pembahasan Penelitian .....                          | 38        |
| 4.3.1 Gambaran Umum Iklan Gojek.....                               | 38        |
| 4.3.2 Analisis Adegan Iklan Gojek .....                            | 39        |
| 4.3.3 Tema Fantasi Melalui Iklan Gojek Cerdikiawan.....            | 58        |
| 4.3.4 <i>Dramatic Person</i> Melalui Iklan Gojek Cerdikiawan ..... | 65        |
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>                                          | <b>67</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                               | 67        |
| 5.2 Saran .....                                                    | 68        |
| 5.2.1 Saran Teoritis.....                                          | 68        |
| 5.2.2 Saran Praktis .....                                          | 68        |

## DAFTAR PUSTAKA



## LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Halaman

|            |                                  |    |
|------------|----------------------------------|----|
| Tabel 2.1  | Tabel Penelitian Terdahulu ..... | 10 |
| Tabel 3.1  | Tabel Operasional Variabel ..... | 25 |
| Tabel 4.1  | Tabel Adegan 1 .....             | 38 |
| Tabel 4.2  | Tabel Adegan 2 .....             | 42 |
| Tabel 4.3  | Tabel Adegan 3 .....             | 44 |
| Tabel 4.4  | Tabel Adegan 4 .....             | 46 |
| Tabel 4.5  | Tabel Adegan 5.....              | 47 |
| Tabel 4.6  | Tabel Adegan 6 .....             | 49 |
| Tabel 4.7  | Tabel Adegan 7 .....             | 51 |
| Tabel 4.8  | Tabel Adegan 8 .....             | 53 |
| Tabel 4.9  | Tabel Adegan 9.....              | 54 |
| Tabel 4.10 | Tabel Adegan 10.....             | 56 |
| Tabel 4.11 | Tabel Adegan 11.....             | 57 |

## DAFTAR BAGAN

Halaman

|           |                               |    |
|-----------|-------------------------------|----|
| Tabel 2.1 | Bagan Kerangka Pemikiran..... | 27 |
|-----------|-------------------------------|----|



## DAFTAR GAMBAR

|                                                | Halaman |
|------------------------------------------------|---------|
| Gambar 4.1 Logo Gojek .....                    | 37      |
| Gambar 4.2 Iklan Gojek Edisi Cerdikiawan ..... | 38      |





## LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Biodata penulis
- LAMPIRAN 2 : Administrasi
- LAMPIRAN 3 : Kartu Bimbingan
- LAMPIRAN 4 : Form Perbaikan

