

ABSTRAK

Komunikasi ialah bagian penting dalam kehidupan manusia dan tidak dapat dipisahkan darinya, salah satunya yaitu digunakan dalam kegiatan pemasaran. Dalam komunikasi pemasaran terdapat kombinasi metode yang digunakan dalam memasarkan produk, disebut dengan bauran komunikasi pemasaran atau *marketing communication mix*. Salah satu bagian dari bauran komunikasi pemasaran yaitu iklan, iklan adalah salah satu sarana perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dimilikinya kepada masyarakat. Iklan memiliki beberapa tujuan diantaranya untuk mempersuasi, membangun *brand image* dan juga sebagai *brand recall*. Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut yaitu dengan mengemas iklan serta membingkai pesan dengan menarik dan unik dalam iklan, agar menjadi pembeda dari iklan lainnya dan menghindari iklan dilewati begitu saja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Gojek memframing pesan yang disampaikan kepada masyarakat melalui iklan “Jangan Sepelekan Kekuatan dari Sebuah Jempol”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penyajian deskriptif, penelitian dilakukan dengan menganalisis iklan menggunakan analisis *framing* model Pan dan Kosicki. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi di bidang periklanan dalam membuat strategi periklanan kreatif. Hasil dari analisis ditemukan bahwa *framing* pesan yang digunakan dalam iklan ini yaitu pesan moral, yang meliputi moral terhadap diri sendiri, pesan moral terhadap sesama dan juga pesan moral terhadap lingkungan sekitar.

Kata kunci : Iklan Gojek, Framing, Komunikasi

ABSTRACT

Communication is an important part of human life and can not be separated from it, one of which is used in marketing activities. In marketing communication there is a combination of methods used in marketing products, called the marketing communication mix or marketing communication mix. One part of the marketing communication mix is advertising, advertising is one of the company's means to introduce its products or services to the public. Advertising has several purposes including persuading, building a brand image and also as a brand recall. One way to achieve this goal is to package the ad and frame the message with interesting and unique in the ad, in order to distinguish it from other ads and avoid ads being skipped. This study aims to determine how Gojek framing the message conveyed to the public through advertising “do not underestimate the power of a thumb”. This study uses a qualitative approach with descriptive presentation, the study was conducted by analyzing advertising using Pan and Kosicki framing model analysis. The results of this study are expected to be one of the references in the advertising industry to making creative advertising strategies. The results of the analysis found that the framing of the message used in this ad is a moral message, which includes a moral to yourself, a moral message to others and also a moral message to the surrounding environment.

Keywords : Gojek Advertising, Framing, Communication