

## ABSTRAK

### **KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM IKLAN *GOJEK INDONESIA* EDISI RAMADAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI SMA**

Oleh

**INTAN NURAENI**

Masalah dalam penelitian ini ialah pemaknaan tanda dalam iklan Gojek Indonesia edisi Ramadan yang menggambarkan nilai-nilai budaya dan religius masyarakat Indonesia serta implikasinya terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan makna denotasi, konotasi, dan mitos berdasarkan teori semiotika Roland Barthes, serta menguraikan penerapannya dalam pembelajaran teks persuasi pada peserta didik kelas XI Fase F Kurikulum Merdeka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Data berupa tanda verbal dan visual diperoleh melalui dokumentasi terhadap iklan Gojek edisi Ramadan yang diunggah di kanal YouTube resmi Gojek Indonesia. Teknik analisis dilakukan dengan tahapan identifikasi tanda, interpretasi makna, dan kategorisasi makna sesuai konsep semiotika Roland Barthes.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan Gojek Indonesia edisi Ramadan memuat makna denotasi, konotasi, dan mitos yang menggambarkan nilai religius, sosial, serta budaya masyarakat Indonesia. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi tanda-tanda verbal dan visual yang menggambarkan suasana Ramadan melalui simbol kebersamaan, kepedulian sosial, dan semangat berbagi yang menjadi ciri khas masyarakat Indonesia. Temuan tersebut diimplikasikan dalam pembelajaran Bahasa Indonesia kelas XI Fase F pada materi teks persuasi berbentuk iklan dalam Kurikulum Merdeka, sebagai sumber ajar multimodal yang melatih kemampuan berpikir kritis dan apresiasi terhadap penggunaan bahasa persuasif dalam media digital.

**Kata kunci:** semiotika Roland Barthes, iklan, gojek Indonesia, pembelajaran.

## **ABSTRACT**

### **A SEMIOTIC ANALYSIS OF ROLAND BARTHES IN GOJEK INDONESIA'S RAMADAN ADVERTISEMENT AND ITS IMPLICATIONS FOR INDONESIAN LANGUAGE LEARNING IN HIGH SCHOOLS**

**INTAN NURAENI**

*The problem in this study is the interpretation of signs in Gojek Indonesia's Ramadan edition advertisements that describe the cultural and religious values of Indonesian society and their implications for Indonesian language learning in high school. This study aims to describe the denotative, connotative, and mythical meanings based on Roland Barthes' semiotic theory and to describe its application in teaching persuasive texts to students in Grade XI Phase F of the Merdeka Curriculum.*

*This study uses a qualitative approach with a descriptive analysis method. Data in the form of verbal and visual signs were obtained through documentation of Gojek's Ramadan edition advertisements uploaded on Gojek Indonesia's official YouTube channel. The analysis technique was carried out in stages of sign identification, meaning interpretation, and meaning categorization according to Roland Barthes' semiotics concept.*

*The results of this study indicate that Gojek Indonesia's Ramadan edition advertisements contain denotative, connotative, and mythical meanings that describe the religious, social, and cultural values of Indonesian society. This study successfully identified verbal and visual signs that describe the atmosphere of Ramadan through symbols of togetherness, social awareness, and the spirit of sharing that are characteristic of Indonesian society. These findings are implied in the teaching of Indonesian Language for Grade XI Phase F in the persuasive text material in the form of advertisements in the Merdeka Curriculum, as a multimodal teaching resource that trains critical thinking skills and appreciation for the use of persuasive language in digital media.*

**Keywords:** *Roland Barthes' semiotics, advertising, Gojek Indonesia, learning.*