**ABSTRAK**

**REPRESENTASI MAKNA PEMECAH MASALAH DALAM IKLAN (ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA IKLAN GOJEK VERSI GOJEK MEMPERSEMBAHKAN: CERDIKIAWAN)**

Disusun oleh:

Syifa Bunga Aprillya

5161711006

Skripsi ini berjudul “Representasi Makna Pemecah Masalah Dalam Iklan *(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Iklan Gojek* Versi *Gojek* Mempersembahkan: Cerdikiawan*).* Tujuan dari adanya penelitian ini ialah mengetahui bagaimana pemecah masalah direpresentasikan melalui iklan *Gojek* versi *Gojek mempersembahkan: Cerdikiawan* dengan analisis Semiotika Charles Sanders Peirce yang terkenal dengan triadik komunikasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan kualitatif dan dengan pendekatan deskriptif. Alasan dari menggunakan metode tersebut untuk memaparkan bagaimana pemecah masalah direpresentasikan dengan tanda-tanda yang muncul pada iklan Gojek mempersembahkan: Cerdikiawan. Dari hasil penelitian ditemukan adanya tanda-tanda pemecah masalah dari adegan-adegan yang diperlihatkan yang didukung oleh atribut-atribut sekitar.

 **Kata Kunci** : Representasi, Semiotika, Iklan, Kualitatif

***ABSTRACT***

***REPRESENTATION OF THE MEANING OF PROBLEM SOLVERS IN ADVERTISING (CHARLES SANDERS PEIRCE'S SEMIOTIC ANALYSIS OF THE GO-JEK ADVERTISEMENT PRESENTING: CERDIKIAWAN)***

*Arranged by:*

*Syifa Bunga Aprillya*

*5161711006*

 *This thesis is entitled "Representation of the Meaning of Problem Solvers in Advertising (Charles Sanders Peirce's Semiotic Analysis of the Go-Jek Advertisement Presenting: Cerdikiawan). The purpose of this study is to find out how problem solvers are represented through Gojek's advertisements. Gojek version presents: Cerdikiawan with the Semiotics analysis of Charles Sanders Peirce who is famous for triadic communication. The method used in this research is qualitative and descriptive approach. The reason for using this method is to explain how problem solvers are represented by the signs that appear in the Gojek advertisement presenting: Cerdikiawan. From the results of the study, it was found that there were signs of problem solving from the scenes shown, which were supported by the surrounding attributes.*

***Keywords:*** *Representation, Semiotics, Advertising, Qualitative*