

## ABSTRAK

Iklan GoSend edisi #BMKarenaGoSend yang merupakan iklan dari layanan jasa pengiriman instan dari platform digital Gojek, yang diperankan oleh Ariel Noah ini memiliki konsep komedi tetapi tetap mempertahankan sosok Ariel Noah yang kharismatik. Pada iklan tersebut Ariel digambarkan sebagai seseorang yang gemar belanja online karena terdapat banyak promo ongkir dan kemudahan layanan dari GoSend. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang mengkaji tanda-tanda terkait representasi budaya konsumerisme dalam iklan GoSend edisi #BMKarenaGoSend menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes yang terdiri dari analisis makna denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian ini, yakni pada tahapan denotasi menunjukkan bahwa Ariel adalah seorang yang gemar berbelanja barang-barang unik secara terus menerus dengan menggunakan layanan pengiriman dari GoSend. Kemudian, perilaku-perilaku yang dilakukan Ariel pada iklan tersebut cenderung berkonotasi bahwa tindakan konsumsi tersebut kurang dapat dirasionalisasikan alasan pembeliannya, bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan didorong oleh promo yang ditawarkan GoSend, yang akhirnya menyebabkan pembelian yang berlebihan. Melalui pemaknaan denotasi dan konotasi menghadirkan sebuah mitos yang berkembang di masyarakat bahwa kehadiran *public figure* dalam iklan GoSend edisi #BMKarenaGoSend memperlihatkan kebiasaan masyarakat yang cenderung mengikuti dan membeli barang-barang yang dipakai oleh idolanya hanya karena faktor rasa kagum mereka terhadap *public figure* tersebut. Kemudian, di era digital ini iklan GoSend edisi #BMKarenaGoSend menunjukkan bahwa laki-laki juga gemar belanja online. Selanjutnya, irasionalitas dalam perilaku konsumsi didorong promo dan kemudahan akses yang diberikan GoSend, serta mitos yang terakhir adalah berbelanja sebagai upaya pemenuhan akan *self-esteem*. Berdasarkan analisis semiotika Barthes serta ditinjau melalui indikator-indikator perilaku konsumtif, perilaku-perilaku Ariel dalam iklan GoSend edisi #BMKarenaGoSend merupakan bentuk representasi dan perwujudan budaya konsumerisme, khususnya konsumerisme di Indonesia.

**Kata Kunci: Representasi, Konsumerisme, Semiotika Roland Barthes**

## ***ABSTRACT***

The GoSend advertisement for the #BMKarenaGoSend edition, which is an advertisement for the instant delivery service from the Gojek digital platform, played by Ariel Noah, has a comedy concept but still maintains the charismatic figure of Ariel Noah. In this advertisement, Ariel is described as someone who likes online shopping because there are many discounts on shipping costs and the ease of service from GoSend. This research is a qualitative study that examines signs related to the representation of consumerist culture in the GoSend advertisement #BMKarenaGoSend edition using Roland Barthes' semiotic analysis method which consists of analyzing the meaning of denotation, connotation, and myth. The results of this research, namely at the denotation stage, show that Ariel is someone who likes to shop for unique items continuously using the delivery service from GoSend. Then, the behavior carried out by Ariel in the advertisement tends to connote that this act of consumption cannot be rationalized as the reason for the purchase, not to fulfill a need but rather to be driven by the offer provided by GoSend, which ultimately causes excessive purchases. Through the meaning of denotation and connotation, there is a myth that has developed in society that the presence of a public figure in the GoSend advertisement #BMKarenaGoSend edition, shows the habits of people who tend to follow and buy items worn by their idols just because of their admiration for them. public figure the. Then, in this digital era, the GoSend advertisement #BMKarenaGoSend edition shows that men also like shopping online. Furthermore, irrationality in behavior consumption is driven by the discounts and ease of access provided by GoSend, and the final myth is that shopping is an effort to fulfill desires and self-esteem. Based on Barthes' semiotic analysis and reviewed through indicators of consumer behavior, Ariel's behavior in the GoSend advertisement #BMKarenaGoSend edition is a form of representation and embodiment of consumerist culture, especially consumerism in Indonesia.

**Keywords: Representation, Consumerism, Semiotics Roland Barthes**