



Sumber: YouTube Gojek Indonesia

Judul Skripsi :

REPRESENTASI AYAH DALAM IKLAN GOJEK INDONESIA DENGAN
ANALISIS MULTIMODAL KRESS DAN VAN LEEUWEN

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Maria Catherine Sirait

NIM: 2210411100



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
“VETERAN” JAKARTA
2026

SKRIPSI

**REPRESENTASI AYAH DALAM IKLAN GOJEK INDONESIA DENGAN
ANALISIS MULTIMODAL KRESS DAN VAN LEEUWEN**

Dosen Pembimbing:

Nuril Ashivah Misbah, S.I.P., M.A



Disusun oleh:

Maria Catherine Sirait

2210411100

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA

2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Maria Catherine Sirait

NIM : 2210411100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 03 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Maria Catherine Sirait)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Catherine Sirait
NIM : 2210411100
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang
berjudul:

REPRESENTASI AYAH DALAM IKLAN GOJEK INDONESIA DENGAN ANALISIS MULTIMODAL KRESS DAN VAN LEEUWEN

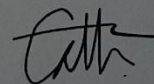
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini.
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat
dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya
sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Maria Catherine Sirait)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maria Catherine Sirait
NIM : 2210411100
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Representasi Ayah Dalam Iklan Gojek Indonesia Dengan
Analisis Multimodal Kress Dan Van Leeuwen

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Maria Catherine Sirait)

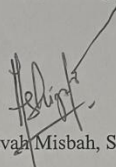
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : MARIA CATHERINE SIRAIT
NIM : 2210411100
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL : REPRESENTASI AYAH DALAM IKLAN GOJEK INDONESIA
DENGAN ANALISIS MULTIMODAL KRESS DAN VAN LEEUWEN

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



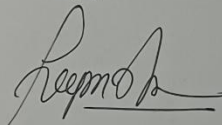
(Nuril Ashivah Misbah, S.I.P., M.A)

Penguji 1



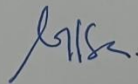
(Dewanto Samodro, M.I.Kom)

Penguji 2



(Luqman Hakim, M.Hum)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Uljanatunnisa, S.Sos. MA)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 15 Juli 2026

REPRESENTASI AYAH DALAM IKLAN GOJEK INDONESIA DENGAN ANALISIS MULTIMODAL KRESS DAN VAN LEEUWEN

Maria Catherine Sirait

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi Ayah dalam dua iklan Gojek Indonesia berdasarkan moda audio berupa latar musik, latar suara, dan dialog, serta moda visual berupa *setting*, *appearance*, *body movement*, pencahayaan & warna, teknik pengambilan gambar, dan elemen verbal. Dua iklan Gojek yang dipilih dalam penelitian ini berjudul ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’ dan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’. Data dihimpun lewat dokumentasi pada 12 adegan utama terpilih dari kedua iklan tersebut. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis multimodal Kress dan van Leeuwen. Analisis data dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu identifikasi, analisis koherensi, dan produksi pengetahuan. Hasil penelitian membongkar bahwa representasi Ayah dikonstruksikan secara ideologis dan tidak netral. Berdasarkan konsep McAdoo (1993), hanya teridentifikasi dominasi peran *provider*, *protector* pada iklan pertama. Sementara itu, di luar konsep tersebut, ditemukan representasi Ayah sebagai *replacing mother* akibat ketiadaan figur ibu, rela berkorban, pemberi afeksi fisik bersyarat, berjarak dalam komunikasi, hingga menunjukkan kerentanan emosional. Perpaduan wacana ini menegaskan adanya negosiasi antara pelanggaran pengetahuan lama dan produksi pengetahuan baru. Melalui kacamata kritis, terbukti bahwa pergeseran peran gender dan kerentanan Ayah tersebut pada dasarnya dikooptasi Gojek sebagai instrumen komersial guna memanipulasi emosi audiens dan mengukuhkan ketergantungan terhadap layanannya.

Kata kunci: Representasi Ayah, Iklan Gojek, Analisis Multimodal

FATHER REPRESENTATION IN GOJEK INDONESIA ADVERTISING WITH KRESS AND VAN LEEUWEN'S MULTIMODAL ANALYSIS

Maria Catherine Sirait

ABSTRACT

This study aims to analyze representation of fathers in two Gojek Indonesia advertisements based on audio elements, such as background music, sound effects, and dialogue, as well as visual elements, such as setting, appearance, body movement, lighting and color, filming techniques, and verbal elements. The two Gojek commercials selected are titled '*Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan*' and '*Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti*'. Data were collected through documentation of 12 selected key scenes from both commercials. The research method used in this study is the multimodal analysis by Kress and van Leeuwen. Data analysis was conducted in three stages: identification, coherence analysis, and knowledge production. The results reveal that representation of father is ideologically constructed and not neutral. Based on McAdoo's (1993) concept, dominant roles of provider and protector were identified in the first commercial. Meanwhile, beyond this concept, representations of the father were found to include as a replacing mother due to the absence of a maternal figure, being self-sacrificing, providing conditional physical affection, maintaining emotional distance in communication, and exhibiting emotional vulnerability. This combination of discourses underscores a negotiation between production old knowledge and production new knowledge. From a critical perspective, it is evident that these shifts in gender roles and the portrayal of the father's vulnerability are essentially coopted by Gojek as commercial tools to manipulate the audience's emotions and reinforce dependence on its services.

Keywords: Representation of Fathers, Gojek Ads, Multimodal Analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, Penolong dan Sahabat Sejatiku, atas segala kasih setia dan penyertaan-Nya yang luar biasa dalam setiap proses pengerjaan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Representasi Ayah dalam Iklan Gojek Indonesia dengan Analisis Multimodal Kress dan van Leeuwen”**. Skripsi ini dibuat sebagai pemenuhan salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Peneliti menyadari tanpa adanya dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Maka dari itu ucapan terima kasih peneliti haturkan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan izin dan dukungan akademik selama masa penelitian peneliti.
2. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos, M.A, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah sangat membantu peneliti dalam memberikan informasi-informasi penting serta mempermudah urusan administrasi dan menandatangani berbagai berkas keperluan skripsi peneliti.
3. Mbak Nuril Ashivah Misbah, S.I.P, M.A, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar membantu, membimbing, dan memberikan semangat dan *insight* kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Mas Dewanto Samodro, M.I.Kom, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan kritik, saran, serta arahan membangun kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat menjadi penelitian yang lebih baik.
5. Mas Luqman Hakim, M.Hum, selaku Dosen Penguji II sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan kritik, saran, dan arahan yang sangat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya juga atas segala kesabaran, bimbingan, dan bantuannya

dalam mempermudah berbagai urusan administrasi akademik peneliti selama empat tahun masa perkuliahan.

6. Keluarga tercinta, yaitu Bapak, Mama, dan Adek, ucapan terima kasih terdalem peneliti sampaikan atas cinta, doa, dan dukungan yang tidak pernah putus. Teruntuk Mama, terima kasih atas doa pagi malam dan kasih sayang luar biasa yang selalu menjadi penguat peneliti. Teruntuk Adek, terima kasih telah menjadi teman bertukar cerita, teman bercanda, dan pendengar yang baik di kala penat. Secara khusus juga, skripsi ini peneliti dedikasikan untuk Bapak. Perjuangan Bapak dalam menafkahi keluarga, terutama peneliti, tidak hanya menginspirasi dan mendekatkan peneliti pada topik penelitian ini, tetapi juga menjadi motivasi terbesar bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar sarjana, sekaligus mewujudkan harapan untuk menjadi sarjana pertama di keluarga ini.
7. Menghitam, yaitu kucing kesayangan peneliti. Terima kasih karena selalu setia menemani malam-malam panjang saat menyusun skripsi ini, sekaligus menjadi penghibur paling ampuh yang selalu berhasil meredakan stres dan menaikkan *mood* peneliti di kala penat.
8. Irene, Astri, dan Kayla dari “Misah Misuh” selaku teman-teman kuliah peneliti. Terima kasih telah menjadi *support system* dan tempat terbaik untuk berkeluh kesah selama penyusunan skripsi ini yang sangat berarti bagi peneliti untuk bisa bertahan hingga tahap ini.
9. Esper dan Tiara dari “Focused Group Discussion” selaku teman-teman SMA peneliti. Terima kasih karena masih menjadi tempat terbaik peneliti untuk berkeluh kesah sejak SMA hingga sekarang. Obrolan dan candaan kalian masih setia menemani meskipun di tengah padatnya proses penyusunan skripsi ini.
10. Syafina, Aura, dan Fajri dari “Masa Depan Cerah” selaku teman-teman SMP peneliti. Terima kasih karena masih menyempatkan waktu untuk sekadar bertukar kabar dan cerita di sela-sela kesibukan masing-masing yang di mana turut menjadi penyemangat tersendiri bagi peneliti selama menyusun skripsi ini.

11. Komunitas Youth GBI Eramas 2000, yaitu Circle. Terima kasih untuk teman-teman Circle yang selalu menjadi pendengar peneliti berkeluh kesah tentang skripsi, serta senantiasa memberikan dukungan doa dan semangat yang menguatkan hati peneliti hingga sampai di titik ini.
12. Teman-teman organisasi kampus peneliti, yaitu FIVE TV dan UKM MC UPN Veteran Jakarta. Terima kasih telah mewarnai kehidupan kampus peneliti dan menjadi tempat belajar serta bertumbuh, sekaligus memberikan banyak kenangan berharga yang membuat masa perkuliahan peneliti menjadi tak terlupakan.
13. Semua teman-teman *online game* (Hay Day) peneliti, terutama kepada keluarga Luxury Farm. Terima kasih karena telah menjadi teman bermain dan teman mengobrol yang seru di sela-sela pengerjaan skripsi, yang membuat pengerjaan penelitian ini terasa lebih ringan.
14. Warga-wargi @bokbok.hayday, terima kasih atas segala interaksi hangat, candaan, serta semangat yang selalu diberikan. Kehadiran kalian menjadi *support system* virtual yang sangat berarti bagi peneliti.
15. Semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini, yang tidak disebutkan, terima kasih banyak atas dukungan dan waktu yang telah diberikan, yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini.
16. Terakhir, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada diri peneliti sendiri. Terima kasih atas komitmen yang kuat untuk tidak menyerah di tengah proses penyusunan skripsi yang panjang ini dan berhasil mengalahkan rasa lelah pada hari-hari yang terasa sangat berat, yang pada akhirnya, menjadi kebanggaan tersendiri bisa membuktikan bahwa diri ini mampu menyelesaikan apa yang telah dimulai hingga mencapai garis akhir.

Jakarta, 05 Agustus 2026,



Maria Catherine Sirait

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	v
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Batasan Masalah.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1. Manfaat Akademik.....	11
1.5.2. Manfaat Praktis.....	12
1.6. Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
2.2. Konsep Penelitian.....	19
2.2.1. Iklan.....	19
2.2.2. Representasi.....	20
2.2.3. Peranan Gender (Gender Roles).....	22
2.2.4. Peran Ayah.....	24
2.3. Teori Penelitian.....	27
2.3.1. Teori Semiotika Sosial.....	27
2.4. Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29

3.1. Objek Penelitian.....	29
3.2. Jenis Penelitian.....	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1. Analisis Tekstual	32
3.3.2. Dokumentasi	33
3.4. Sumber Data.....	34
3.4.1. Data Primer	34
3.4.2. Data Sekunder	36
3.5. Teknik Analisis Data	36
3.6. Unit Analisis Data	40
3.7. Tabel Rencana Waktu.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1. Profil Perusahaan Gojek.....	46
4.1.2. Kampanye #PesanDariRumah	49
4.1.3. Iklan ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’	51
4.1.4. Iklan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’	53
4.2. Hasil Penelitian	55
4.2.1. Identifikasi.....	55
4.2.2. Analisis Koherensi	80
4.2.3. Produksi Pengetahuan	87
4.3. Pembahasan.....	91
BAB V PENUTUP.....	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran.....	102
5.2.1. Saran Praktis.....	102
5.2.2. Saran Teoritis.....	103
DAFTAR PUSTAKA	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Unit Analisis Data Iklan ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’	40
Tabel 2. Unit Analisis Data Iklan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’	43
Tabel 3. Rencana Waktu Penelitian	45
Tabel 4. Identifikasi Adegan 1 Iklan ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’	56
Tabel 5. Identifikasi Adegan 2 Iklan ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’	58
Tabel 6. Identifikasi Adegan 3 Iklan ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’	60
Tabel 7. Identifikasi Adegan 4 Iklan ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’	61
Tabel 8. Identifikasi Adegan 5 Iklan ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’	63
Tabel 9. Identifikasi Adegan 6 Iklan ‘Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan’	64
Tabel 10. Identifikasi Adegan 1 Iklan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’ ..	66
Tabel 11. Identifikasi Adegan 2 Iklan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’ ..	69
Tabel 12. Identifikasi Adegan 3 Iklan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’ ..	72
Tabel 13. Identifikasi Adegan 4 Iklan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’ ..	75
Tabel 14. Identifikasi Adegan 5 Iklan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’ ..	76
Tabel 15. Identifikasi Adegan 6 Iklan ‘Ungkapkan yang di Hati, Kirimkan yang Berarti’ ..	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Mitra Pengemudi Gojek.....	7
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3. Thumbnail YouTube.....	29
Gambar 4. Thumbnail YouTube.....	30
Gambar 5. Logo Gojek.....	46