

ABSTRAK

Virus corona tiba-tiba menyerang dunia pada awal tahun 2020 di Guangzhou, China. Seiring berjalannya waktu, ternyata virus corona juga mulai menyerang Indonesia. Hingga saat ini virus ini masih menyebar dimana-mana, menuntut setiap orang untuk lebih menjaga keselamatan dan kesehatannya sendiri. Sejalan dengan situasi saat ini, Grab sebagai salah satu situs e-commerce yang banyak digunakan di Indonesia, membuat iklan digital menggunakan platform YouTube, bertema Covid-19 dengan judul “Armada Higienis GrabKitchen Siap Jaga Kebersihan Pesananmu! ”. Berkaitan dengan iklan tersebut, peneliti bertujuan untuk menganalisis pesan-pesan tentang bagaimana mencegah Covid-19 yang terdapat dalam iklan tersebut. Untuk mengungkapkan pesan yang terkandung dalam iklan ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan analisis semiotik Ferdinand De Saussure dalam menyampaikan pesan yang terkandung dalam iklan tersebut. Analisis semiotik Ferdinand De Saussure menggunakan konsep signifier, signified dan signification. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan Grab "Armada Higienis GrabKitchen Siap Jaga Kebersihan Pesananmu!" merepresentasikan pesan tentang cara mencegah Covid-19. Penelitian ini juga menunjukkan cara mencegah penyebaran virus corona dengan tepat.

Kata kunci: iklan digital, covid-19, semiotika, Ferdinand De Saussure.