

ABSTRAK

Iklan adalah sarana komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi, membujuk masyarakat dalam hal ini konsumen atau calon konsumen untuk menggunakan suatu produk, baik itu produk yang berupa barang atau pun jasa. Dalam dunia usaha, promosi dengan cara beriklan merupakan suatu keharusan untuk meningkatkan omset dan keuntungan bagi tiap-tiap individu ataupun perusahaan. Perusahaan tidak cukup hanya mengirimkan produk ataupun jasa ke pasar, melainkan harus juga berkomunikasi dengan pasar.

Penelitian ini berjudul makna tayangan iklan Polygon Bikes melalui media *online* YouTube. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika melalui perspektif Charles Sanders Peirce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna tanda (*sign*) yang dibagi menjadi tiga yaitu: Ikon, Indeks, dan Simbol. Serta untuk mengetahui cara lain Polygon Bikes selain menayangkan/mengunggah video ke situs YouTube dan untuk mengetahui interpretasi *rider MTB freestyle dirt jump* lokal atas bergabungnya Yannick Granieri dan Sam Reynolds bergabung di Polygon Bikes.

Untuk bisa mencapai tujuan dari penelitian ini, tentu saja penulis mengumpulkan berbagai teori dan berbagai macam literatur dari berbagai media yang bisa menunjang terhadap proses penelitian ini. Di samping itu, penulis juga melakukan wawancara terhadap Dirut pemasar dan HRD Polygon Bikes serta komunitas sepeda *MTB freestyle dirt jump* UrbanStreet Bandung dan juga *rider MTB freestyle dirt jump* lokal. Selaras dengan tujuan dari penelitian ini, alhasil terdapat beberapa simpulan. Dilihat dari fungsi referensial, tayangan iklan ini mengacu pada makna-makna sebuah strategi perusahaan serta budaya perusahaan yang ingin membuat suatu perusahaannya lebih maju dan berkembang.

Tayangan iklan ini dapat menjadi motivasi atau dorongan bagi *rider* lokal, khususnya bagi seluruh pecinta olahraga ekstrim *MTB freestyle dirt jump*.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori semiotika. Untuk mengetahui makna yang terkandung pada tayangan iklan Polygon Bikes tersebut, penulis menggunakan perspektif dari Peirce yaitu makna tanda (*sign*) yang dibagi menjadi tiga yaitu: Ikon, Indeks, dan Simbol.

Kesimpulan yang dapat penulis tarik dari penelitian ini adalah ikon yang ditampilkan untuk membentuk *Brand Image* dengan sering menampilkan produk melekat dengan Yannick Granieri dan Sam Reynolds sebagai atlet profesional. Sedangkan Indeks yang muncul merupakan misi dari Polygon Bikes untuk tumbuh dan berkembang untuk memasuki pasar Eropa. Sedangkan simbol terdapat berupa logo *brand* dan makna-makna gaya atraksi dan makna rintangan. Menjadi sponsor utama atau pendukung acara dari berbagai jenis kejuaraan sepeda di Indonesia bahkan hingga mancanegara merupakan hal yang paling berperan sebagai langkah kongkret mendukung segala bentuk olahraga sepeda, khususnya di Indonesia. Untuk skala nasional Polygon Bikes masuk melalui fenomena gaya hidup sehat olahraga dengan bersepeda melalui acara-acara *fun bike, car free day*. Bergabungnya Yannick Granieri dan Sam Reynolds di Polygon Bikes tidak sesuai dengan harapan *rider* lokal akan adanya perkembangan yang signifikan terhadap kemajuan olahraga ekstrim di Indonesia, khususnya pada olahraga *MTB freestyle dirt jump*.