



ABSTRAK

REPRESENTASI PESAN MORAL HUBUNGAN ORANG TUA DAN ANAK DALAM IKLAN TELKOMSEL SIAGA EDISI RAMADHAN #BersamaKitaBerkah MENGGUNAKAN ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Denny Yustisia Asnadi Putra
5201711175

Iklan adalah sarana komunikasi yang digunakan oleh komunikator dalam hal ini produsen atau perusahaan dalam menyampaikan informasi mengenai jasa atau barang, terutama pelanggan atau konsumennya. Iklan tidak hanya sebagai sarana promosi, namun dapat menjadi media penyampaian pesan. Salah satu pesan yang dapat disampaikan dalam iklan adalah representasi pesan moral. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan moral yang terkandung dalam iklan Telkomsel Siaga Edisi Ramadhan #BersamaKitaBerkah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma kritis dan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes yang menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam iklan Telkomsel Siaga Edisi Ramadhan #BersamaKitaBerkah. Hasil penelitian ini adalah makna denotasi dan konotasi pada tiap scene yang ditampilkan sangat erat dengan kehidupan sehari-hari. Mengingatkan kita agar selalu menghormati ibu dan menghargai kerja kerasnya, dedikasi yang telah seorang ibu lakukan untuk membesarkan kita. Sedangkan mitos yang tercipta adalah seorang anak yang harus bisa membalas budi dari seorang ibu yang telah melakukan semua kerja kerasnya demi menghidupi dan membiayai si anak. Kesimpulannya yaitu Telkomsel tidak hanya membuat iklan sebagai iklan komersial yang digunakan untuk mendapatkan keuntungan semata, tetapi berusaha menyajikan karya yang isi ceritanya mengandung pesan moral positif yang dapat diambil sebagai pelajaran untuk para konsumen pengguna provider Telkomsel.

Kata Kunci: Iklan, Pesan Moral, Semiotika

ABSTRACT

REPRESENTATION OF MORAL MESSAGE OF PARENT AND CHILD RELATIONSHIP IN TELKOMSEL SIAGA ADS RAMADHAN EDITION #BersamaKitaBerkah USING ROLAND BARTHES SEMIOTICS ANALYSIS

Denny Yustisia Asnadi Putra
5201711175

Advertisements are a means of communication used by communicators, in this case, producers or companies, to convey information about services or goods, primarily to their customers or consumers. Advertisements serve not only as a means of promotion but also as a medium for conveying messages. One type of message that can be communicated through advertisements is the representation of moral values. This research analyzes the moral messages embedded in the Telkomsel Siaga Ramadhan Edition #BersamaKitaBerkah advertisement. The study employs a qualitative method grounded in a critical paradigm and utilizes a descriptive approach. Data collection techniques include observation and documentation. The theoretical framework applied is Roland Barthes' semiotics theory, which examines the denotative, connotative, and mythical meanings in the Telkomsel Siaga Ramadhan Edition #BersamaKitaBerkah advertisement. The research results revealed that each scene's denotative and connotative meanings are closely related to everyday life. They remind us always to respect our mothers and appreciate their hard work, dedication, and efforts in raising us. The myth created is that a child should be able to repay the kindness of a mother who has worked hard to support and finance the child. The conclusion is that Telkomsel does not just create advertisements as commercial ads aimed at gaining profit but strives to present works whose story content contains positive moral messages that can be taken as lessons for Telkomsel provider users.

Keywords: *Advertisement, Moral Message, Semiotic*