



ABSTRAK

REPRESENTASI MAKNA KEBAIKAN DALAM IKLAN YOUTUBE IM3 TEMUKAN MAKNA UNTUK BERSAMA (CHICCO KURNIAWAN & LAGU MEMBASUH (HINDIA FT RARA SEKAR)) #SimpelituIM3: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Via Anggun Rismawati
5211711074

Fenomena penyampaian pesan moral melalui media periklanan digital kian berkembang, salah satunya melalui iklan YouTube. Iklan IM3 “Temukan Makna untuk Bersama” menarik perhatian karena mengangkat nilai-nilai kebaikan yang dikemas dalam narasi sederhana dan emosional. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana representasi makna kebaikan ditampilkan dalam iklan tersebut. Permasalahan yang diangkat berkaitan dengan bagaimana tanda-tanda visual dan audio dalam iklan menyampaikan pesan moral kepada audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes yang mencakup tahap denotasi, konotasi, dan mitos. Data dianalisis berdasarkan adegan-adegan kunci dalam iklan yang menampilkan tindakan kebaikan sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makna kebaikan direpresentasikan melalui tindakan spontan, kepedulian terhadap sesama, dan ajakan untuk menciptakan hubungan yang lebih bermakna di tengah kesederhanaan hidup. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa iklan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi sosial yang membangun citra merek yang humanis.

Kata Kunci: Semiotika, Iklan YouTube, Kebaikan, Representasi

ABSTRACT

THE REPRESENTATION OF THE MEANING OF KINDNESS IN IM3 ADVERTISEMENT "TEMUKAN MAKNA UNTUK BERSAMA" (STARRING CHICCO KURNIAWAN & THE SONG MEMBASUH BY HINDIA FT. RARA SEKAR) #SIMPELITUIM3: A SEMIOTIC ANALYSIS BY ROLAND BARTHES

Via Anggun Rismawati
5211711074

The phenomenon of conveying moral messages through digital advertising continues to expand, particularly through YouTube advertisements. IM3's advertisement, "Temukan Makna untuk Bersama" (Find the Meaning of Togetherness), captures attention with its depiction of kindness through a straightforward yet emotional narrative. This study examines how the concept of kindness is represented in the advertisement. The primary issue addressed is how visual and audio elements in the ad communicate moral messages to the audience. This research employs a qualitative approach utilizing Roland Barthes' semiotic analysis method, which involves the stages of denotation, connotation, and myth. The data is analyzed based on key scenes in the advertisement that depict everyday acts of kindness. The findings reveal that kindness is represented through spontaneous actions, care for others, and an invitation to cultivate more meaningful relationships within the simplicity of life. The study concludes that the advertisement serves not only as a promotional medium but also as a form of social communication that fosters a humanistic brand image.

Keywords: *Semiotics, YouTube Advertisement, Kindness, Representation*