



## ABSTRAK

### REPRESENTASI NILAI KEBERSAMAAN DALAM IKLAN KAHF VERSI “ADA KEBERKAHAN DALAM SETIAP PERJALANAN #PERJALANANBERKAHF” (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Naufal Dhiya Ulhaq  
5211711098

Perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat dalam mengakses dan menerima pesan komunikasi, termasuk dalam iklan. Iklan tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi produk, tetapi juga sebagai medium penyampaian nilai-nilai sosial seperti kebersamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi nilai kebersamaan dalam iklan Kahf versi “Ada Keberkahan dalam Setiap Perjalanan #PerjalananBerkahf” yang ditayangkan di platform YouTube, dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik analisis semiotika yang mencakup tiga lapisan makna: denotatif, konotatif, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan tersebut memuat banyak tanda visual dan naratif yang merepresentasikan nilai-nilai kebersamaan seperti rendah hati, tidak egois, rela berkorban, sehati dan sepikiran. Melalui penelusuran makna di balik simbol dan adegan yang ditampilkan, ditemukan bahwa kebersamaan ditampilkan sebagai nilai penting dalam kehidupan sehari-hari yang dapat memperkuat hubungan sosial dan mempererat ikatan kekeluargaan. Iklan ini juga berhasil menyampaikan pesan bahwa setiap perjalanan yang dijalani dengan niat tulus dan sikap peduli terhadap sesama akan membawa keberkahan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi, khususnya dalam pemaknaan pesan-pesan sosial dalam media iklan.

**Kata Kunci:** Iklan, Kebersamaan, Semiotika, Roland Barthes, #PerjalananBerkahf

## **ABSTRACT**

### **THE REPRESENTATION OF THE VALUES OF TOGETHERNESS IN THE KAHF ADVERTISEMENT VERSION “ADA KEBERKAHAN DALAM SETIAP PERJALANAN #PERJALANANBERKAHF” (A SEMIOTIC ANALYSIS BY ROLAND BARTHES)**

*Naufal Dhiya Ulhaq*  
5211711098

*The development of digital media changes the way society accesses and receives communication messages, including advertisements. Advertisements not only serve as a means of promoting products but also function as a medium for conveying social values such as togetherness. This study aims to examine the representation of the value of togetherness in the Kahf advertisement titled “Ada Keberkahan dalam Setiap Perjalanan #PerjalananBerkahf,” which is broadcast on the YouTube platform, using Roland Barthes’ semiotic approach. The research employs a descriptive qualitative method with semiotic analysis that includes three levels of meaning: denotative, connotative, and myth. The results show that the advertisement contains many visual and narrative signs that represent values of togetherness such as humility, selflessness, willingness to sacrifice, and unity of heart and mind. Through the exploration of meanings behind the symbols and scenes presented, the study finds that togetherness is portrayed as an essential value in daily life that strengthens social relationships and family bonds. The advertisement also successfully delivers the message that every journey undertaken with sincere intentions and caring attitude toward others will bring blessings. This study is expected to contribute to the development of communication studies, particularly in understanding social messages conveyed through advertising media.*

**Keywords:** *Advertisement, Togetherness, Semiotics, Roland Barthes, Perjalanan Berkahf*