



ABSTRAK

REPRESENTASI KEPEDULIAN SOSIAL DALAM VIDEO IKLAN IM3 “TEMUKAN MAKNA BERSAMA | CHICCO KURNIAWAN & LAGU MEMBASUH (HINDIA FT. RARA SEKAR #SimpelituIM3” TAHUN 2025 (Analisis Semiotika Jhon Fiske)

Diksustian Ibrahim Mustofa
5211711101

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi kepedulian sosial dalam video iklan IM3 berjudul “Temukan Makna Bersama | Chicco Kurniawan & Lagu Membasuh (Hindia ft. Rara Sekar) #SimpelituIM3” yang dirilis pada tahun 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika model John Fiske, yang mencakup tiga level: level realitas, representasi, dan ideologi. Iklan ini dikaji untuk melihat bagaimana elemen visual, naratif, dan simbolik digunakan dalam merepresentasikan nilai-nilai kepedulian sosial di tengah kehidupan masyarakat urban. Hasil analisis menunjukkan bahwa kepedulian sosial direpresentasikan melalui tindakan-tindakan sederhana namun bermakna, seperti membantu sesama, berbagi, dan menunjukkan empati dalam ruang publik sehari-hari. Pada level realitas, kepedulian ditampilkan lewat penampilan tokoh, perilaku, dan lingkungan yang kontekstual. Pada level representasi, teknik sinematografi seperti long shot, medium shot, dan close-up digunakan untuk memperkuat pesan emosional dan membangun kedekatan dengan penonton. Sedangkan pada level ideologi, iklan ini menanamkan pesan bahwa kepedulian sosial adalah nilai universal yang tetap relevan di tengah individualisme masyarakat modern. Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan IM3 secara efektif membangun narasi kepedulian sosial melalui penggambaran tindakan-tindakan sederhana namun bermakna yang mudah ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Narasi ini mampu menyentuh emosi audiens dengan pendekatan humanistik yang menonjolkan nilai-nilai empati, solidaritas, dan kebersamaan. Dengan menyisipkan pesan sosial yang relevan di tengah dinamika masyarakat urban, iklan ini tidak hanya berhasil menyampaikan nilai kemanusiaan, tetapi juga memperkuat citra positif merek sebagai entitas yang peduli terhadap isu sosial dan kehidupan masyarakat luas.

Kata Kunci: Representasi, Kepedulian Sosial, Iklan, Semiotika Jhon Fiske

ABSTRACT

REPRESENTATION OF SOCIAL CONCERN IN IM3 AD VIDEO “DISCOVER MEANING TOGETHER | CHICCO KURNIAWAN & THE SONG MEMBASUH (HINDIA FT. RARA SEKAR #SimpelituIM3” IN 2025 (Jhon Fiske’s Semiotic Analysis)

*Diksustian Ibrahim Mustofa
5211711101*

This study aims to analyze the representation of social awareness in the IM3 advertisement video titled “Discover Meaning Together | Chicco Kurniawan & Lagu Membasuh (Hindia ft. Rara Sekar) #SimpelituIM3,” which was released in 2025. A qualitative approach is employed, utilizing John Fiske’s model of semiotic analysis, which encompasses three levels: reality, representation, and ideology. The advertisement is examined to determine how visual, narrative and symbolic elements convey the values of social awareness within urban society. The analysis reveals that social awareness is represented through meaningful yet straightforward actions, such as helping others, sharing, and demonstrating empathy in everyday public spaces. At the level of reality, awareness is illustrated through the characters’ appearances, behaviors, and contextual environments. At the level of representation, cinematographic techniques such as long shots, medium shots, and close-ups are employed to enhance emotional messages and foster a connection with the audience. At the ideological level, this advertisement conveys the notion that social awareness is a universal value that remains pertinent in the face of modern society’s individualism. This study concludes that the IM3 advertisement effectively constructs a narrative of social concern through depictions of meaningful yet straightforward actions commonly observed in everyday life. This narrative resonates with the audience’s emotions through a humanistic approach that underscores the values of empathy, solidarity, and togetherness. By incorporating relevant social messages within the dynamics of urban society, this advertisement not only succeeds in communicating humanitarian values but also bolsters the brand’s positive image as an entity committed to social issues and the well-being of the broader community.

Keywords: *Representation, Social Concern, Advertising, Jhon Fiske Semiotics*