



ABSTRAK

REPRESENTASI POLA KOMUNIKASI ORANG TUA DAN ANAK DALAM IKLAN IM3 “DEKATKAN JARAK, NYATAKAN SILATURAHMI”: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Sabrina Ayuningtyas
5211711320

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi pola komunikasi orang tua dan anak dalam iklan IM3 “Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi” melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Komunikasi dalam keluarga memiliki peran penting dalam menjaga keharmonisan dan kedekatan emosional antar anggota keluarga. Namun, di era digital, kesibukan dan perkembangan teknologi sering kali menjadi penghalang terjalannya komunikasi yang efektif antara orang tua dan anak. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Data diperoleh melalui observasi terhadap adegan-adegan dalam iklan, kemudian dianalisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang mencakup makna denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan tersebut merepresentasikan pola komunikasi keluarga dengan berbagai dinamika, seperti pola komunikasi protective, laissez-faire, dan konsensual, yang tergambar dari dialog, ekspresi, gestur tubuh, serta jarak emosional antar tokoh. Selain mempromosikan produk, iklan ini juga menyampaikan pesan moral tentang pentingnya menjaga komunikasi keluarga di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam analisis semiotika iklan bertema keluarga.

Kata Kunci: Semiotika Roland Barthes, Representasi, Pola Komunikasi Keluarga, Iklan

ABSTRACT

REPRESENTATION OF PARENT AND CHILD COMMUNICATION PATTERNS IN IM3 ADVERTISEMENTS “DEKATKAN JARAK, NYATAKAN SILATURAHMI”: ROLAND BARTHES' SEMIOTIC ANALYSIS

Sabrina Ayuningtyas
5211711320

This study aims to analyze the representation of parent-child communication patterns in the IM3 advertisement Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi using Roland Barthes' semiotic analysis. Communication within the family plays an important role in maintaining emotional closeness and harmony among family members. However, in the digital era, busy lifestyles and technological developments often hinder effective communication between parents and children. This research uses a descriptive qualitative method with a constructivist paradigm. Data were collected through scene-by-scene observations in the advertisement and analyzed using Roland Barthes' semiotics theory, covering denotative, connotative, and mythological meanings. The results show that the advertisement represents various family communication patterns, such as protective, laissez-faire, and consensual patterns, illustrated through dialogues, expressions, body gestures, and emotional distance between characters. Besides promoting a product, the advertisement conveys a moral message about the importance of maintaining family communication in the digital era. This research is expected to contribute to communication science studies, particularly in the semiotic analysis of family-themed advertisements.

Keywords: *Roland Barthes' Semiotics, Representation, Family Communication Patterns, Advertisement*