

ABSTRAK

Nama : Asma Rokhmatuddhuha
N.I.M : 20170501037
Judul : Analisis Semiotika Iklan IM3 Ooredoo Ramai Sepi Bersama versi #SilaturahmiSetiapHari
Jumlah Halaman : 57 halaman.
Daftar Pustaka : 6 Buku (2004-2018) , 4 Nonbuku , 28 Jurnal (2021-2020)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis iklan YouTube IM3 Ooredoo “Ramai Sepi Bersama” Versi #SilaturahmiSetiapHari menggunakan analisis semiotika. Penulis ingin menggali arti yang terdapat pada iklan tersebut. Metode yang digunakan ialah dengan kualitatif kualitatif, menggunakan teknik pengumpulan data dengan studi pustaka dan menganalisis serta membedah dengan *screenshot* menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Bisa disimpulkan bahwa pada iklan ini terdapat banyak makna tersirat yang terkandung dalam iklan tersebut. Sehingga iklan tersebut menarik minat masyarakat untuk memilih dan menggunakan produk tersebut.

Hasil penelitian ini berupa makna denotatif adalah situasi pada masa pandemi yang tidak memungkinkan setiap orang atau masyarakat untuk bertemu dan berkumpul. Konotasinya tanda dan simbol yang digunakan dalam iklan tersebut memberikan tanda dan pesan kepada iklan IM3 Ooredoo, seperti penggunaan internet menggunakan provider IM3 Ooredoo di setiap adegan dengan cara tidak langsung muncul. Sedangkan mitos yang terkandung adalah produk IM3 Ooredoo yang menunjukkan nilai-nilai tujuannya sebagai produk penyedia terpercaya, tekad untuk menjadi yang terbaik, cepat, berjiwa muda dan peduli, karena IM3 Ooredoo hadir untuk mempersembahkan produk-produk yang dibutuhkan masyarakat Indonesia di masa pandemi dengan menggunakan Kuota Harian Freedom 28 GB/28 hari pada produk. Dengan menggunakan provider IM3 Ooredoo, Anda dapat mengakses internet setiap hari dan terhubung kapan saja tanpa gangguan sinyal.

Kata Kunci: Iklan, IM3 Ooredoo, Semiotika, Roland Barthes