

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi kelas sosial pada iklan untuk menciptakan nilai bagi masyarakat ketika terjadinya pandemi tentang bagaimana kelas pemilik modal menggunakan penyimpangan kuasa atas pekerjaannya. Pada tahun 2015, Biznet sebagai penyedia layanan internet menayangkan iklan berjudul "Internet Terbaik Untuk Keluarga" yang menggambarkan bagaimana seorang pekerja melakukan *Work From Home* dengan segala distraksi yang ada untuk menyelesaikan pekerjaan yang diperintah oleh Bosnya pada akhir pekan. Sebagai studi kualitatif-deskriptif, penelitian ini menggunakan paradigma kritis dan semiotika John Fiske untuk menganalisis subjek iklan tersebut yaitu representasi kelas sosial. Pada penelitian ini menggunakan tiga level semiotika John Fiske yaitu secara realitas, representasi dan ideologi dalam menemukan data penelitian yang didukung oleh teori kelas sosial Karl Marx yang disandingkan dengan teori kekuasaan oleh Michael Foucault. Narasi iklan tersebut yang merepresentasikan kelas pemilik modal menggunakan dominasi kuasanya untuk melakukan eksploitasi terhadap pekerjaannya dengan memberi perintah untuk melakukan pekerjaannya di kantor pada akhir pekan. Namun, dengan representasi untuk melakukan resistensi yang dilakukan oleh pekerjaannya, kekuasaan akan pengetahuan penggunaan teknologi juga bisa menjadi hal yang tepat dilakukan untuk melawan eksploitasi tersebut. Penggunaan teknologi dan pandemi menghasilkan tren *Work From Home* yang membuat efektif pekerja dalam melakukan pekerjaannya tapi ada distraksi seperti pekerja yang sudah berkeluarga dan memiliki anak dalam pengoptimalan hasil kerjanya. Hasilnya adalah makna pesan yang ditampilkan dalam iklan Biznet masih relevan dengan yang terjadi ketika kelas pemilik modal dan buruh di Indonesia dalam ketimpangan relasi kuasa menghadapi pandemi.

Kata kunci : kelas sosial, iklan, representasi

ABSTRACT

This study aims to analyze the representation of social class in advertisements to create value for society during a pandemic about how the capitalist class uses abuse of power over its workers. In 2015, Biznet as an internet service provider published an advertisement entitled "Best Internet for Families" which describes how a worker does Work From Home with all available distractions to complete the work ordered by his boss on weekends. As a qualitative-descriptive study, this research This research uses John Fiske's critical paradigm and semiotics to analyze the subject of the advertisement, namely social class representation. This study uses three levels of John Fiske's semiotics, namely reality, representation and ideology in finding research data supported by Karl Marx's theory of social class juxtaposed with theory power by Michael Foucault. Which represents the class of owners of capital using their domination of power to exploit their workers by giving orders to do their work in the office on weekends. However, with representations of resistance by their workers, power Knowledge of the use of technology can also be the right thing to do to fight this exploitation. The use of technology and the pandemic has resulted in the Work From Home trend that makes workers effective in doing their work, but there are distractions such as workers who are married and have children in optimizing their work. The result is that the meaning of the message displayed in Biznet's advertisements is still relevant to what happened when the capitalist and working class in Indonesia faced a pandemic.

Keywords : social class, advertisement, representation