

**ANALISIS SEMIOTIKA PESAN MORAL GEN Z PADA IKLAN IM3  
“DEKATKAN JARAK, NYATAKAN SILATURAHMI”**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**RAKHA WHARDHANA SAFRUDIN  
201810040311267**

**Dosen Pembimbing:**

**Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**RAKHA WHARDHANA SAFRUDIN**  
**201810040311267**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
**LULUS**  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 18 Juni 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Rahadi, M.Si** (  )
2. **Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom** (  )
3. **Aditya Dwi Putra Bhakt, S.Sn.,M.Med.Kom** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Abdur Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.**

## LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS SEMIOTIKA PESAN MORAL GEN Z PADA IKLAN IM3  
"DEKATKAN JARAK, NYATAKAN SILATURAHMI"

Diajukan Oleh :

RAKHA WHARDHANA SAFRUDIN

201810040311267

Telah disetujui  
*Rabu / 18 Juni 2025*

Pembimbing I



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom

Wakil Dekan I




Chairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.



Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Nasrullah, M.Si.


# LEMBAR PERSETUJUAN

  
UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG


**Lembar Persetujuan Skripsi**


 Nama : Rakha Whardhana Safrudin  
NIM : 201810040311267  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang  
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Pesan Moral Gen Z Pada Iklan Im3 "Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi"

Disetujui,  
Pembimbing

  
Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
Nasrullah, S.Sos, M.Si.



<b>Kampus I</b> Jl. Babarsari 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 864 253 (Pusat) F. +62 341 860 433	<b>Kampus II</b> Jl. Bendungan (Sutan) No. 188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 351 149 (Pusat) F. +62 341 563 000	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Pusat) F. +62 341 460 433 E. webmaster@umm.ac.id
---	--	---

MALANG

# LEMBAR KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/II/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Rakha Whardhana Safrudin
No. Induk Mahasiswa	: 201810040311267
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Analisis Semiotika Pesan Moral Gen Z Pada Iklan Im3 "Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi"

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang 23 Mei 2025  
Dosen Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom



Kampus I  
Jl. Bembong 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 259 (Pusat)  
F. +62 341 660 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutera No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 148 (Pusat)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Pusat)  
F. +62 341 465 435  
E. webmaster@urim.ac.id

# MALANG

# SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

(\* Coret yang tidak perlu



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/II/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Rakha Whardhana Safrudin

NIM : 201810040311267

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 13 tahun akademik 2023 / 2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 23 Mei 2025

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I  
Jl. Bendang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sidani No 155 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tugu No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# MALANG

## BERITA ACARA BIMBINGAN

### BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Lengkap : Rakha Whardhana Safrudin
2. NIM : 201810040311267
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Analisis Semiotika Pesan Moral Gen Z Pada Iklan Im3 "Deatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi"
6. Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti,S.Sn, M.Med.Kom

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	T. Tangan
6 April 2024	Penentuan Judul	
23 April 2024	ACC Judul	
11 Mei 2024	Pengajuan BAB I	
23 Mei 2024	Pengajuan BAB 2 dan 3	
29 Juni 2024	Presentasi Sempro	
8 Oktober 2024	Pengajuan BAB 4 dan 5	
23 september 2024	Revisi BAB 4 dan 5	
22 November 2024	Revisi BAB 5	
17 Januari 2025	Pengajuan BAB 4,5 dan 6	
10 maret 2025	Revisi BAB 5	
23 April 2025	Seminar Hasil	
	ACC Revisi Semhas	

Malang, 24 Mei 2025

Pembimbing



Aditya Dwi Putra Bhakti,S.Sn, M.Med.Kom

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada 23 April 2025 telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

1. Nama Lengkap : Rakha Whardhana Safrudin
2. NIM : 201810040311267
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Analisis Semiotika Pesan Moral Gen Z Pada Iklan Im3 "Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi"
6. Pembimbing : Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom.
7. Penguji 1 : Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui Platform Google Meeting. Dihadiri oleh Dosen Pembimbing sebagai dosen penguji, dan sejumlah mahasiswa sebanyak 10 orang. Penyajian Seminar Proposal dinyatakan LULUS.

Dosen Pembimbing,



Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom

Dosen penguji,



M. Fuad Nasvian, S.Kom, M.I.Kom

*In* Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos, M.Si

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

Analisis Semiotika Pesan Moral Gen Z Pada Iklan Im3 "Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi"

Oleh:

Nama : Rakha whardhana safrudin

NIM : 201810040311267

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang 23 Mei 2025

Pembimbing

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom

NIP.190918081988




Kampus I  
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 521 252 (Pusat)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendojangan Sukasi No. 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Pusat)  
F: +62 341 562 050

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 740 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 219 (Pusat)  
F: +62 341 453 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI

 PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : RAKHA WHARDHANA S.  
NIM : 2018-267

Hasil Plagiasi :  $\frac{3}{5}$   $\frac{3}{6}$

BAB I	16			
BAB II	19			
BAB III	28	15		

BAB IV	21	9		
BAB V	3			
BAB VI	13			

Malang, 3 April 2025  
Admin  
  
M. Dasuki

 PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



# SURAT PERNYATAAN



## SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Rakha Whardhana Safrudin

NIM : 201810040311267

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Analisis Semiotika Pesan Moral Gen Z Pada Iklan Im3 "Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi"

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23 Mei 2025

Yang Menyatakan,



Rakha Whardhana Safrudin



Kampus I

Jl. Semarang 1 Malang Jawa Timur  
P: +62 341 561 263 (Hunting)  
F: +62 341 400 635

Kampus II

Jl. Bendungan Sidani No. 198 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 148 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tuguas No. 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 463 435  
E: webmaster@urim.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Rakha Whardhana Safrudin. NIM 201810040311267. Analisis semiotika pesan moral gen z pada iklan im3 dekatkan jarak, nyatakan silaturahmi. Skripsi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pesan moral terhadap Generasi Z direpresentasikan melalui tanda-tanda visual dan naratif dalam iklan IM3 bertajuk "*Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi*" dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Teori ini membagi proses pemaknaan menjadi tiga tahapan, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis visual pada delapan adegan utama dalam iklan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan ini membentuk beberapa mitos yang menyatakan bahwa Generasi Z tetap menjunjung tinggi nilai kekeluargaan, empati, dan tanggung jawab, meskipun bentuk ekspresinya berbeda dengan generasi sebelumnya. Mitos yang terbentuk berasal dari akumulasi konotasi visual seperti tindakan menyelimuti ibu, membantu tanpa diminta, membuat konten bersama, hingga memberi hadiah sebagai simbol cinta. Teknologi dalam konteks ini tidak ditampilkan sebagai ancaman, melainkan sebagai jembatan yang memperkuat hubungan antar generasi.

Pesan moral utama yang disampaikan adalah bahwa kasih sayang dan perhatian kepada keluarga tetap bisa dijaga melalui tindakan kecil dan cara yang kontekstual dengan zaman digital. Dengan demikian, iklan ini tidak hanya menyampaikan promosi produk, tetapi juga merepresentasikan transformasi nilai-nilai moral dalam budaya Generasi Z.

*Kata kunci: Semiotika, Generasi Z, Roland barthes, Iklan, Pesan Moral*

Dosen pembimbing



Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom

Malang 7 February 2025  
Penulis



Rakha Whardhana Safrudi

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah rabbil 'alamin* , puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Analisis Semiotika Pesan Moral Gen Z pada Iklan IM3 'Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi' sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Shalawat serta salam juga saya panjatkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, keluarga beliau, dan para sahabat yang telah menyampaikan ajaran agama islam serta ilmu pengetahuan untuk seluruh umat manusia dari zaman ke zaman.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kekuatan, rezeki, dan membuka jalan untuk segala macam masalah yang saya hadapi sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal.
2. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., selaku Rektor, Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Prof. Dr. H. Muslimin Machmud, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Moch. Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn, M.Med.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya, yang sudah sabar memberikan waktu, pikiran, tenaga, hingga semangat untuk membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Nasurillah, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, dan pihak Administrasi yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan dukungan selama masa perkuliahan.
7. Keluarga yang selalu memberikan semangat lahir batin yakni Ibu dan Bapak saya, Ibu Yani dan Bapak Nanang sebagai orang terdepan yang membantu dalam segala kesulitan yang saya hadapi selama ini. Dan juga kepada saudara penulis yang telah memberi arahan.
8. Amanda Aurellia yang selalu mendukung, memotivasi dan mendorong dalam penyelesaian skripsi.
9. Teman seperjuangan saya di angkatan 2018, terutama Egan, Faiz Naufal Akbar, Alvin Mahardika, Nova Dwi Putra, dan Muhammad Febriansyah Terima kasih atas perjuangannya dalam menyelesaikan tugas akhirnya.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu satu. Terima kasih banyak atas semua bentuk dukungan dan bantuannya selama ini, semoga bisa menjadi amal jariyah untuk kalian semua.

11. Tidak lupa dengan diri sendiri yang selalu kuat dan bisa diajak kerja sama dalam melalui proses pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam pengembangan ilmu komunikasi.

Malang, 23 April 2025

Penulis,

Rakha Whardhana Safrudin



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR KETERANGAN SIAP UJI .....	iv
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	v
BERITA ACARA BIMBINGAN .....	vi
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
LEMBAR TANDA TERIMA PLAGIASI .....	ix
SURAT PERNYATAAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat Praktis .....	4
1.4.2 Manfaat Akademis.....	4
BAB II.....	5
KAJIAN PUSTAKA.....	5
2.1 Komunikasi Massa .....	5
2.1.1 Karakteristik Komunikasi Massa.....	5
2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa.....	6

2.1.3 Manfaat Media massa .....	7
2.2. Iklan.....	8
2.2.1 Tujuan Iklan .....	8
2.2.2 Manfaat Iklan .....	9
2.2.3 Jenis-jenis iklan.....	9
2.2.4 Iklan pada semiotika .....	11
2.2.5 Iklan Pesan Moral .....	12
2.2.6 Strategi Pesan Moral Dalam Iklan untuk Gen Z.....	12
2.3 Generasi Z .....	13
2.3.1 karakteristik Generasi Z.....	13
2.3.2 Tantangan Utama Moralitas Generasi Z .....	14
2.4. Moral .....	15
2.4.1 Moral diri dengan lingkungan sosial .....	16
2.4.2 Moral manusia dengan diri sendiri .....	19
2.5 Pesan Moral.....	20
2.5.1 Jenis pesan moral .....	21
2.6 Semiotika.....	21
2.7 Semiotika Roland Barthes .....	23
2.7.1 Denotasi.....	24
2.7.2 Konotasi .....	24
2.7.3 Mitos .....	25
2.8 penelitian terdahulu .....	25
<b>BAB III .....</b>	<b>27</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Paradigma penelitian .....	27
3.2 Pendekatan penelitian.....	27
3.3 Tipe Penelitian.....	27
3.4 Metode Penelitian.....	28
3.5 Objek Penelitian .....	28
3.6 Waktu dan Tempat Penelitian .....	28
3.7 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.8 Unit Analisis Data .....	29
3.9 Teknik Analisis Data.....	29

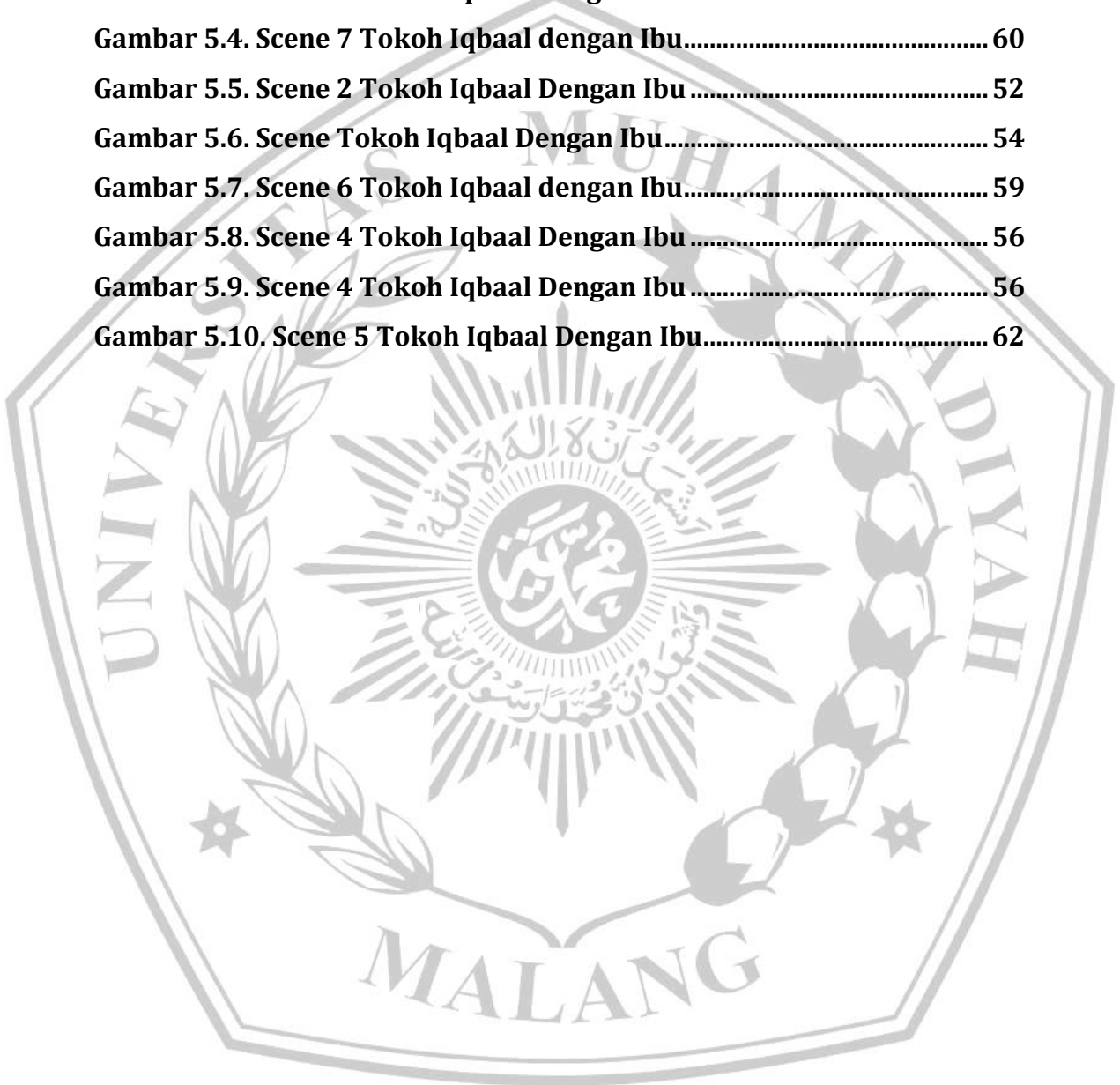
3.10 Keabsahan Data .....	31
BAB IV .....	32
GAMBARAN UMUM .....	32
BAB V.....	36
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	36
5.1 Analisis Iklan video Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi .....	36
5.1.1 Analisis Scene 1 .....	36
5.1.2 Analisis Scene 2.....	38
5.1.3 Analisis Scene 3 .....	39
5.1.4 Analisis Scene 4.....	41
5.1.5 Analisis Scene 5 .....	43
5.1.6 Analisis Scene 6.....	44
5.1.7 Analisis Scene 7.....	46
5.1.8 Analisis Scene 8.....	48
5.2 Pembahasan .....	49
5.2.1 Generasi Z masih menunjukkan tanggung jawab dalam keluarga. ....	50
5.2.2 Gen Z terkadang lebih mengutamakan dunia sosial dibanding keluarga .....	52
5.2.3 Pentingnya Saling Memahami Antar Generasi.....	54
5.2.4 Generasi Z dapat memadukan tradisi tradisional dan modernitas. ....	56
5.2.5 Generasi Z tetap memiliki rasa empati meski terlihat sibuk .....	59
5.2.6 Generasi Z mampu belajar nilai-nilai moral dari lingkungannya .....	60
5.2.7 Media sosial dapat menjadi sarana mempererat hubungan antar generasi .....	62
5.2.8 Generasi Z dapat mengekspresikan kasih sayang dengan cara yang lebih modern .....	64
5.3 Mitos .....	66
5.4 Pesan Moral .....	68
BAB VI .....	70
KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran .....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel III.2 Analisis Scene .....	29
Tabel V. 1 Temuan Analisis Scene.....	36
Tabel V.2 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	37
Tabel V.3 Temuan Analisis Scene.....	38
Tabel V.4 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	39
Tabel V.5 Temuan Analisis Scene.....	39
Tabel V.6 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	40
Tabel V.7 Temuan Analisis Scene.....	41
Tabel V.8 Analisis Semiotika Roland Barthes.....	42
Tabel V.9 Temuan Analisis Scene.....	43
Tabel V.10 Analisis Semiotika Roland Barthes .....	44
Tabel V.11 Temuan Analisis Scene .....	44
Tabel V.12 Analisis Semiotika Roland Barthes .....	45
Tabel V.12 Temuan Analisis Scene .....	46
Tabel V.14 Analisis Semiotika Roland Barthes .....	47
Tabel V.15 Temuan Analisis Scene .....	48
Tabel V.16 Analisis Semiotika Roland Barthes .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Indosat Ooredoo Hutchicon .....	32
Gambar 4. 2 Profile Iqbaal Ramadhan.....	34
Gambar 5.2. <i>Scene</i> 1 Tokoh Iqbaal Dengan Ibu.....	50
Gambar 5.1. <i>Scene</i> 1 Tokoh Iqbaal Dengan Ibu.....	50
Gambar 5.3. <i>Scene</i> 8 Tokoh Iqbaal Dengan Ibu.....	64
Gambar 5.4. <i>Scene</i> 7 Tokoh Iqbaal dengan Ibu.....	60
Gambar 5.5. <i>Scene</i> 2 Tokoh Iqbaal Dengan Ibu .....	52
Gambar 5.6. <i>Scene</i> Tokoh Iqbaal Dengan Ibu.....	54
Gambar 5.7. <i>Scene</i> 6 Tokoh Iqbaal dengan Ibu.....	59
Gambar 5.8. <i>Scene</i> 4 Tokoh Iqbaal Dengan Ibu .....	56
Gambar 5.9. <i>Scene</i> 4 Tokoh Iqbaal Dengan Ibu .....	56
Gambar 5.10. <i>Scene</i> 5 Tokoh Iqbaal Dengan Ibu.....	62



## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens Social Media Technology 2018 PEW*. Pew Research Center.
- Ardianto, E., & Erdinaya Lukiati Komala. (2017). *Komunikasi massa : suatu pengantar* (Revisi). Simbiosis Rekatama.
- Baran, S. J. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa (Melek Media & Budaya)* (S. Rouli Manalu, Ed.; 5th ed., Vol. 2). Erlangga.
- Bariah, K. (2024). ANALISIS ISI PESAN MORAL DALAM FILM IMPERFECT (KARIR,CINTA & TIMBANGAN) KARYA ERNEST PRAKASA. *UMM Repositoty*. <https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/7579>
- Budi, A. P. (2019). *Analisis Semiotika Film dan Komunikasi*. Intrans Publishing.
- cangara, hafied. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (2020th ed.). Pajawali Pers.
- Deandra Rafiq Daffa, Dave Arthuro, Jovanes Agus Fernanda, & Muh. Bintang Widya Pratama. (2024). Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 169–183. <https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v2i2.3112>
- Faiqatun, widah. (2015). *KOMODIFIKASI NILAI AGAMA DALAM IKLAN TELEVISI (Studi Analisis Semiotik pada Iklan Wardah)*. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/4778>
- Ferbirani, I. A. (2024). *ANALISIS SEMIOTIKA PESAN MORAL DALAM SERIES “INDUK GAJAH” (ANALISIS SEMIOTIKA)*.
- Jaiz, M. (2021). *Buku Dasar-Dasar Periklanan Edisi 2* (2nd ed.). Suluh Media.
- Junizar, Syah, Afni. yan, Nurafifah, Q., & Husaini. (2024). Peran Orang Tua Dalam Membentuk Karakter Gen Z. *JKA-Jurnal Kolaboratif Akademika* , 1(2).

- Kasali, R. (2017). *Manajemen Periklanan di Indonesia*. Salemba Empat.
- Laporan Survei Internet Indonesia 2024. (2024). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Lidwina, A. (2021, April 9). *Alasan Responden Generasi Z Menggunakan Media Sosial*. Katadata Media Network.
- Mahesa, D., Minawati, R., & Nursyirwan. (2018). Analisis Pesan Moral Dalam Film Jangan Baca Pancasila Karya Rafdi Akbar. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 3(2).
- Mubarok, K. (2024, February 2). *Generasi Z dan Tantangan Moral: siapa yang bertanggung jawab?* Kompasiana.  
[https://www.kompasiana.com/abahalim141223/679deadded641552b8620982/generasi-z-dan-tantangan-moral-siapa-yang-bertanggung-jawab?form=MG0AV3#google\\_vignette](https://www.kompasiana.com/abahalim141223/679deadded641552b8620982/generasi-z-dan-tantangan-moral-siapa-yang-bertanggung-jawab?form=MG0AV3#google_vignette)
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Nunik. s Nurbaya, Ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Nata, A. (2010). *Akhlak tasawuf*. Rajawali Pers.
- Purwanto, Y. (2020). Pengaruh Iklan Sosial Terhadap Loyalitas Merek di Kalangan Gen Z. *Jurnal Pemasaran Modern*, 5(2), 112–123.
- Robby Yana, P., Ardiansyah Hernadi, N., Rachmawati, F., Putri Hayam Dey, N., Wahyuning Purwanti, E., Noviana Yudho Bawono, R., Septian Riasanti Mola, M., Djumaty, B. L., & Kharisma Putra, G. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF (TEORI, METODE DAN PRAKTIK)* (E. Damayanti, Ed.). WIDINA MEDIA UTAMA . www.freepik.com

- Roberts, J., Yaya, L., & Manolis. (2014). The invisible addiction: Cell-phone activities and addiction among male and female college students. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(4).
- Rukajat, A. (2018). *Buku Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Sari, D. (2019). Strategi Iklan Berbasis Nilai Moral dalam Meningkatkan Citra Merek. *Jurnal Komunkasi Massa*, 7(3), 89–102.
- Sobur, A. (2016). *Semiotika komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Tilaar, H. A. R. (2018). *Perubahan Sosial dan Pendidikan: pengantar pedagogik transformatif untuk Indonesia*. Rineka Cipta.
- Twenge, J. M. (2017). *Why Today's Super Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood and What That Means for the Rest of Us*. Atria Books.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., & Santamoko, R. (2020). *GENERASI Z & REVOLUSI INDUSTRI 4.0* (edisi pertama). CV. Pena Persada.