

REPRESENTASI PESAN KRITIK SOSIAL DALAM IKLAN MARJAN TIKUS RAKUS 2026 (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

HAFISH IRFAN PRAMASTA

ABSTRAK

Iklan tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu menyampaikan kritik terhadap fenomena sosial melalui simbol dan narasi. Iklan Marjan “Tikus Rakus” Tahun 2026 memanfaatkan tokoh Sang Kuni sebagai simbol perilaku serakah yang merepresentasikan berbagai persoalan sosial di masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis representasi pesan kritik sosial dalam iklan Marjan “Tikus Rakus” Tahun 2026 menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data berupa dua episode iklan, yaitu Tikus Rakus dan Kembali Damai. Unit analisis terdiri atas tujuh scene yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* dan dianalisis berdasarkan makna denotasi, konotasi, dan mitos. Analisis semiotika Roland Barthes digunakan sebagai pendekatan utama dan didukung perspektif hegemoni Antonio Gramsci untuk memperdalam pemaknaan sosial dan ideologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tingkat denotasi iklan menggambarkan Sang Kuni yang menimbulkan kekacauan dan dihadapi oleh Nakula serta Sadewa. Pada tingkat konotasi, Sang Kuni merepresentasikan keserakahan, penyalahgunaan kekuasaan, dan kepentingan pribadi, sedangkan Nakula dan Sadewa melambangkan keberanian, kepedulian, serta tanggung jawab sosial. Pada tingkat mitos, iklan menyampaikan bahwa keserakahan dan tindakan yang merugikan kepentingan bersama akan menimbulkan kekacauan sosial, sedangkan pengendalian diri, kepedulian, dan kerja sama menjadi nilai penting dalam menjaga kehidupan masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan Marjan “Tikus Rakus” Tahun 2026 tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga merepresentasikan kritik sosial melalui simbol visual dan narasi yang menyampaikan pesan moral kepada masyarakat.

Kata Kunci: Representasi, Kritik Sosial, Iklan Marjan, Semiotika Roland Barthes, Simbol Visual

***Representation of Social Criticism Messages in the 2026 Marjan
"Tikus Rakus" Advertisement: A Roland Barthes Semiotic Analysis***

HAFISH IRFAN PRAMASTA

ABSTRACT

Advertising functions not only as a medium for product promotion but also as a communication medium that conveys social criticism through symbols and narratives. The 2026 Marjan "Tikus Rakus" advertisement employs the character of Sang Kuni as a symbol of greed to represent various social issues occurring in society. This study aims to analyze the representation of social criticism messages in the 2026 Marjan "Tikus Rakus" advertisement using Roland Barthes' semiotic analysis. This research applies a descriptive qualitative approach, with data collected from two advertisement episodes, namely Tikus Rakus and Kembali Damai. The unit of analysis consists of seven selected scenes using purposive sampling, which are analyzed through the levels of denotation, connotation, and myth. Roland Barthes' semiotic analysis is used as the main approach and supported by Antonio G. The findings reveal that, at the denotative level, the advertisement portrays Sang Kuni creating chaos, while Nakula and Sadewa attempt to restore order. At the connotative level, Sang Kuni represents greed, abuse of power, and self-interest, whereas Nakula and Sadewa symbolize courage, social awareness, and responsibility. At the mythical level, the advertisement conveys that greed and actions that prioritize personal interests over the common good lead to social disorder, while self-control, cooperation, and social responsibility are essential values for maintaining harmony. This study concludes that the 2026 Marjan "Tikus Rakus" advertisement functions not only as a promotional medium but also as a representation of social criticism conveyed through visual symbols and narrative.

Keywords: Representation, Social Criticism, Marjan Advertisement, Roland Barthes' Semiotics, Visual Symbols.