

ABSTRAK

Nama : Maritza Fakhryah
NIM : 44320010077
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Representasi Gaya Hidup Generasi Z dalam Iklan Traveloka Versi “Traveloka STAYMAT” Tahun 2023 pada Media Sosial Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes)
Dosen Pembimbing : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

Gaya hidup merupakan istilah yang digunakan sebagai penggambaran tindakan oleh suatu kelompok tertentu yang dapat membantu dalam mendefinisikan sikap, nilai-nilai, serta menunjukkan posisi sosial. Pada zaman sekarang, generasi didominasi oleh generasi Z yang memiliki sedikit perbedaan dengan generasi-generasi sebelumnya. Penelitian ini menggunakan teori semiotika dari Roland Barthes yang bertujuan untuk memaknai gaya hidup generasi Z dalam iklan Traveloka STAYMAT dengan pemaknaan denotatif konotatif, dan mitos. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotika dengan menggunakan model semiotika Roland Barthes. Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivis.

Hasil dari penelitian ini ditemukan gaya hidup generasi Z, yaitu gaya hidup *hustle culture* dan gaya hidup melalui fenomena *healing* dan *staycation* yang direpresentasikan melalui lirik lagu, teks, dan tindakan atau perilaku pemeran utama wanita yang ditampilkan pada adegan iklan dalam Traveloka STAYMAT.

Kata Kunci: *Gaya Hidup, Generasi Z, Semiotika, Iklan*

ABSTRACT

Name : Maritza Fakhryah
Student ID : 44320010077
Study Program : Communication Science
Title of Thesis Report : Representation of Generation Z Lifestyle in Traveloka Advertisements "Traveloka STAYMAT" Version 2023 on YouTube Social Media (Roland Barthes Semiotic Analysis)
Counsellor : Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

Lifestyle is a term used to describe actions by a particular group that can help in defining attitudes, values, and indicating social position. Nowadays, the generation is dominated by generation Z which has slight differences from previous generations. This research uses semiotic theory from Roland Barthes which aims to interpret the lifestyle of generation Z in Traveloka STAYMAT advertisements with denotative, connotative and mythical meanings. The research method used in this research is a semiotic analysis method using Roland Barthes' semiotic model. The paradigm in this research is a constructivist paradigm.

The results of this research found the lifestyle of generation Z, namely the hustle culture lifestyle and lifestyle through healing and staycation phenomena which are represented through song lyrics, text, and the actions or behavior of the female main character shown in advertising scenes in Traveloka STAYMAT.

Keywords: Lifestyle, Generation Z, Semiotics, Advertising