

**"REPRESENTASI PENYELESAI KONFLIK *GAP*
GENERATION DALAM PERSPEKTIF GENERASI Z PADA
IKLAN YOUTUBE IM3 DEKATKAN JARAK, NYATAKAN
SILATURAHMI"**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Wahyu Nasrulloh

(210900063)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2025

**“REPRESENTATION OF GENERATION GAP CONFLICT
RESOLUTION FROM THE PERSPECTIVE OF GENERATION
Z IN THE IM3 YOUTUBE ADVERTISEMENT 'DEKATKAN
JARAK, NYATAKAN SILATURAHMI”**

THESIS

***Submitted As One of The Requirement to Obtain a Bachelor’s Degree in
Communication Science***



Aragged by:

**Wahyu Nasrulloh
(210900063)**

**UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA FACULTY OF
SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES JAKARTA**

2025

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk mendapat gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 27 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



(Wahyu Nasrulloh)

210900063

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PERSETUJUAN SEMINAR SKRIPSI**

NAMA : Wahyu Nasrulloh
NIM : 210900063
JUDUL : Representasi Penyelesaian Konflik *Gap Generation*
Dalam Perspektif Generasi Z Pada Iklan YouTube IM3
Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi.
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 22 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Fitri Sarasati., M., S.Ikom., M.Sc)

(Dr. Achmad Budiman, S.Sos, M.ikom)

Menyetujui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Risqi Inayah Dwijayanti S.Ikom, M. Ikom)

(Fahlesa Munabari, M.A., Ph.D)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Wahyu Nasrulloh

NIM :210900063

Judul : Representasi Penyelesaian Konflik *Gap Generation*

Dalam Perspektif Generasi Z Pada Iklan YouTube IM3 Dekatkan
Jarak, Nyatakan Silaturahmi.

Program : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Periklanan

Jakarta, 22 Agustus 2025

Menyetujui,

Ketua Penguji

(Dr. Achmad Budiman Soedarsono, S.Sos, M.ikom

(.....)

Anggota Penguji I

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

(.....)

Anggota Penguji II

(Helen Olivia, S.Ikom, M. Ikom)

(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Risqi Inayah Dwijayanti S.Ikom, M. Ikom

Dekan FISIP



(Fahlesa Munabari, M.A.,Ph.D)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat, ridho serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan skripsi dengan baik. Sebagaimananya seorang Mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) diharuskan menyusun skripsi. Dengan judul "Representasi Penyelesaian Konflik *Gap Generation* Dalam Perspektif Generasi Z Pada Iklan YouTube IM3 Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi" serta laporan ini disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, doa, nasehat, kedua orang tua penulis dan keluarga yang selalu memberikan dukungannya baik secara materil maupun moral yang tidak ada henti-hentinya memberikan semangat, support serta doa tulus untuk penulis dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini dengan rasa hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat, dan membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi. Oleh karenanya, penulis ingin, menyampaikan ucapan terima kasih, khususva kepada:

1. Dr. Sihar P.H. Sitorus, BSBA., M.B.A. Selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.

2. Fahlesa Munabari, M. A, Ph. D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Risqi Inayah Dwijayanti, S.Ikom, M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia.
4. (Dr. Achamad Budiman Soedarsono, S.Sos, M.ikom) selaku dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan selaku dosen pembimbing pertama (1) saya.
5. Fitri Sarasati M., S.Ikom., M.Sc selaku dosen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan selaku dosen pembimbing kedua (2) saya.
6. Dosen-dosen FISIP yang telah mengajar selama perkuliahan berlangsung yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
7. Kepada kedua orang tua dan kakak saya yang selalu memberikan semangat, motivasi maupun doa yang tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih juga kepada teman-teman saya dikampus, terutama Fisip Usni, Fisip 2024, ACDK, HIMACO dan teman-teman nongkrong juna, shadam, tias, fajri, timo, danil, ega, topik.f, taufik.a, alvito, jeje, fay, syadiva, amanda, jihan, sadat dan teman teman lain yang tidak bisa saya sebutkan nama nya satu persatu.
9. Kepada Adrian Bintang Setiadi dan iksal selaku adik tingkat yang selalu memberikan support dan kadang merepotkan saya.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari penyusunan laporan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang dapat membangun kesempurnaan penelitian ini sangat dibutuhkan, maka untuk kedepannya dapat berusaha lebih baik lagi untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Penulis berharap laporan ini dapat berguna dan bermanfaat bagi teman-teman mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta, 26 April 2025



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA**

NAMA : Wahyu Nasrulloh
NIM : 210900063
JUDUL : Representasi Penyelesaian Konflik *Gap Generation*
Dalam Perspektif Generasi Z Pada Iklan YouTube IM3
Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi.
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan
Jumlah Halaman : xiii + 84 halaman + Lampiran
Bibliografi : 21 Buku, 10 Jurnal

ABSTRAK

Konflik *gap generation* atau kesenjangan antar generasi menjadi isu yang sering muncul dalam hubungan keluarga, khususnya antara orang tua dan anak. Perbedaan cara berpikir, nilai-nilai budaya, dan penggunaan teknologi menjadi faktor utama penyebab jarak emosional.

Penelitian ini mengacu pada teori komunikasi interpersonal dari Joseph DeVito dan semiotika John Fiske. DeVito memaparkan lima unsur penting dalam komunikasi interpersonal, yaitu keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif, dan kesetaraan. Sementara itu, semiotika Fiske digunakan untuk menafsirkan tanda-tanda dan simbol yang muncul dalam adegan iklan sebagai representasi makna sosial.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis. Paradigma ini memandang bahwa makna sosial dibentuk melalui pengalaman dan interpretasi individu. Objek kajian adalah iklan YouTube IM3 “Dekatkan Jarak, Nyatakan Silaturahmi” yang dianalisis berdasarkan adegan-adegan utama, tanpa melibatkan data kuantitatif atau pengukuran statistik.

Hasil analisis menunjukkan bahwa iklan berhasil menampilkan dinamika konflik antargenerasi dan menyajikan solusinya melalui komunikasi yang suportif. Dialog dan visual dalam iklan memperlihatkan proses keterbukaan dan empati antara anak dan ibunya, yang akhirnya membentuk hubungan yang lebih setara dan penuh pengertian.

Kesimpulannya, iklan ini tidak hanya berfungsi sebagai promosi produk, tetapi juga mampu merepresentasikan upaya penyelesaian konflik *gap generation* secara komunikatif. Iklan ini selaras dengan prinsip komunikasi interpersonal dan membingkai makna simbolik yang mudah dipahami oleh khalayak.

Kata kunci: komunikasi interpersonal, *gap generation*, semiotika iklan

Pembimbing 1: Dr. Achamad Budiman Soedarsono, S.Sos, M.ikom

Pembimbing 2: Fitri Sarasati M., S.Ikom., M.Sc

**UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA FACULTY OF SOCIAL AND
POLITICAL SCIENCES**

NAME : Wahyu Nasrulloh

NIM : 210900063

STUDY PROGRAM : Communication Studies

SPECIALITIES : Advertising

**“REPRESENTATION OF GENERATION GAP CONFLICT RESOLUTION FROM THE
PERSPECTIVE OF GENERATION Z IN THE IM3 YOUTUBE ADVERTISEMENT
'DEKATKAN JARAK, NYATAKAN SILATURAHMI'”**

Number of Pages : xiii + 84 Pages + Attachment

Bibliografi : 21 Book, 10 Journals,

ABSTRACT

generation gap conflict often arises within families, particularly between parents and children. Differences in mindset, cultural values, and technological use are among the main factors contributing to emotional distance between generations. This study aims to examine how the YouTube advertisement IM3 “Bridge the Distance, Express the Connection” represents the efforts to resolve such intergenerational conflict from the perspective of Generation Z.

The research adopts a qualitative descriptive approach with a constructivist paradigm, which views social reality as shaped by subjective interpretation and experience. Two main theoretical frameworks are employed: Joseph DeVito’s interpersonal communication theory and John Fiske’s semiotic analysis. DeVito emphasizes five key aspects of interpersonal communication: openness, empathy, supportiveness, positive regard, and equality. Meanwhile, Fiske’s semiotics is used to interpret visual and verbal signs within the advertisement as carriers of social meaning.

The results show that the IM3 advertisement successfully portrays the dynamics of generational conflict through symbolic visuals and dialogic narrative. The ad highlights the importance of openness and empathy as essential tools for bridging generational differences. Through carefully constructed emotional scenes, the message of equality and acceptance is symbolically conveyed, allowing viewers to understand that resolving generational conflict requires not just compromise, but also mutual, respectful communication.

In conclusion, the advertisement serves not only as a promotional medium but also as a social commentary that addresses relevant generational issues. Through the lens of interpersonal communication and semiotic construction, this ad delivers the message that generational conflicts can be resolved through open and egalitarian dialogue, particularly from the viewpoint of Generation Z, who seek emotional openness and equality in relationships.

Keywords: interpersonal communication, generation gap, advertisement semiotics

Advisor 1: Dr. Achamad Budiman Soedarsono, S.Sos., M.I.Kom.

Advisor 2: Fitri Sarasati M., S.I.Kom., M.Sc.