

Representasi Profesionalisme Kerja pada Iklan DHL x what3words “*The Last Drop Off*” di DHL melalui pendekatan Semiotika Roland Barthes

Candra Wira Pungkasaji Setyoputra

220720099

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Representasi Profesionalisme Kerja pada Iklan DHL x what3words ‘*The Last Drop Off*’ melalui Pendekatan Semiotika Roland Barthes”. Penelitian ini diangkat dari kebutuhan perusahaan logistik global, khususnya DHL, dalam membangun citra profesionalisme melalui media iklan. Iklan “*The Last Drop Off*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi profesionalisme kerja ditampilkan dalam iklan tersebut dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Paradigma penelitian yang digunakan adalah konstruktivisme dengan metode deskriptif kualitatif. Unit analisis penelitian adalah iklan “*The Last Drop Off*” berdurasi 2 menit 2 detik yang diunggah di kanal YouTube resmi DHL. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan tiga level makna Barthes, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada level denotasi, iklan menampilkan aktivitas dasar kurir DHL dalam mengantarkan paket dengan atribut perusahaan seperti seragam, kendaraan logistik, dan teknologi navigasi. Pada level konotasi, adegan-adegan dalam iklan merepresentasikan nilai kedisiplinan, tanggung jawab, dedikasi, dan efisiensi kerja yang diperkuat dengan penggunaan teknologi what3words. Pada level mitos, DHL membangun citra ideologis sebagai perusahaan global yang merepresentasikan profesionalisme kerja melalui kombinasi kerja keras manusia dan inovasi teknologi untuk menjaga kepercayaan konsumen. Iklan “*The Last Drop Off*” mampu merepresentasikan profesionalisme kerja sebagai identitas utama DHL, sekaligus memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia jasa logistik yang andal, tepat waktu, dan berstandar internasional.

Kata Kunci: Iklan, Profesionalisme, Semiotika, Roland Barthes, DHL.

The Representation of Work Professionalism in DHL x what3words ‘The Last Drop Off’ Advertisement through Roland Barthes’ Semiotic Approach

Candra Wira Pungkasaji Setyoputra

220720099

ABSTRACT

This research, titled “The Representation of Work Professionalism in DHL x what3words ‘The Last Drop Off’ Advertisement through Roland Barthes’ Semiotic Approach”, explores how DHL, as a global logistics company, builds its image of professionalism through advertising. The advertisement “The Last Drop Off” was chosen as the research object because it relies solely on visuals and music without dialogue or taglines, making it an interesting case for semiotic analysis. The study aims to examine how work professionalism is represented in the advertisement by applying Roland Barthes’ semiotic framework. Using a constructivist paradigm and a descriptive qualitative method, the unit of analysis is the two minute and two second advertisement published on DHL’s official YouTube channel. Data were collected through observation and documentation, then analyzed using Barthes’ three levels of meaning: denotation, connotation, and myth. The findings reveal that at the denotative level, the advertisement depicts the basic activities of a DHL courier delivering packages with company attributes such as uniforms, vehicles, and navigation technology. At the connotative level, the scenes represent values of discipline, responsibility, dedication, and work efficiency, reinforced by the use of what3words technology. At the myth level, DHL constructs an ideological image as a global company that embodies professionalism through the combination of human effort and technological innovation to maintain customer trust. “The Last Drop Off” successfully represents work professionalism as DHL’s core identity while strengthening its image as a reliable, punctual, and internationally standardized logistics provider.

Keywords: *Advertisement, Professionalism, Semiotics, Roland Barthes, DHL.*