

## **ABSTRAK**

Ditengah kemandirian industri otomotif dan pertumbuhan keluarga di Indonesia yang berkembang pesat. Hal tersebut menjadi daya Tarik para brand otomotif di tanah air untuk melirik pasar keluarga dengan menghadirkan produk otomotif yang ramah keluarga, beberapa produsen otomotif di Indonesia telah menjadi andalan keluarga di Indonesia yang mempunyai tradisi turun temurun. Penelitian ini mengungkapan representasi keluarga dan eksistensi keluarga dalam memberikan pilihan terhadap suatu brand otomotif yang terlihat dari film dan juga digambarkan dalam bentuk keharmonisan yang tercemin dalam beberapa adegan memperlihatkan bagaimana keluarga tersebut menggunakan honda dan merepresentasikan ke dalam sebuah film

Kata Kunci: *Representasi, Semiotik, Keluarga, Otomotif*