

ABSTRAK

REPRESENTASI PESAN MORAL IKLAN RAMAYANA

Pada Bulan Ramadhan 1438 H

Oleh

Wardatus Tsaniyah Putri Asnan

Iklan merupakan bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas karena daya jangkauannya. Salah satu produk yang juga memanfaatkan iklan youtube sebagai media promosi pada bulan Ramadhan adalah Ramayana. Setiap menjelang dan memasuki bulan Ramadhan. Pada Iklan Ramayana ini ditayangkan di youtube dengan memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui hubungan keluarga yang digambarkan pada iklan Ramayana pada Bulan Ramadhan ini dan untuk mengetahui makna tanda pesan yang disampaikan dalam kebiasaan umat muslim di Indonesia pada bulan Ramadhan. Sehingga berdasarkan hasil penelitian dari setiap adegan iklan yang telah dilakukan, penulis menemukan proses pesan yang ingin disampaikan oleh Iklan Ramayana edisi Ramadhan 1438 H ini tidak lepas dari kebiasaan masyarakat Indonesia yang sudah melekat dari dulu hingga saat ini di bulan Ramadhan.

Penelitian ini menggunakan landasan teori Semiotika Charles Sanders Peirce, sebagai analisis data. Menggunakan metode kualitatif deskriptif berdasarkan teori Semiotika Charles Sanders Peirce. Sumber data yang diperoleh dari melihat iklan Ramayana edisi Ramadhan 1438 H.

Dari penelitian ini diperoleh hasil penelitian sebagai berikut: 1) Tanda tentang Kepatuhan anak kepada orang tua pada bulan Ramadhan yaitu Melaksanakan Ibadah Puasa Ramadhan. Ditandai dengan adanya penjual bakso lewat dan Panji ingin membeli dilarang oleh neneknya karena dianggap masih dalam bulan Ramadhan. Objeknya Ibu memberi tahu kepada anaknya agar mengajarkan anaknya puasa. Interpretant, puasa Ramadhan merupakan rukun Islam yang ketiga. 2) Tanda tentang keperihatinan anak kepada orang tua pada bulan Ramadhan 1438 H yaitu Berencana menunjukkan kepada ibu keadaan yang sebenarnya telah. Ditandai dengan Menantu laki-laki sedang berada dalam kamar bersama istrinya dan merencanakan akan membawa ibu pergi ke suatu tempat. Objeknya menantu laki-laki berdiskusi dengan istri akan memberi tahu apa yang sebenarnya terjadi. Interpretant menantu laki-laki menunjukkan apa yang terjadi namun ia tidak tega.

Kata Kunci: Representasi Pesan Moral, Iklan Ramayana edisi Ramadhan

