

INTISARI

Perkembangan iklan televisi dewasa ini semakin pesat. Iklan berlomba-lomba untuk mempersuasi khalayak sesuai harapan mereka. Iklan marjan edisi 1444 H yang muncul satu tahun sekali dikemas dengan membawakan pesan moral selalu menarik perhatian khalayak. Banyaknya pesan moral yang tidak baik pada iklan tetapi disisi lain masyarakat merindukan iklan dengan pesan moral yang baik. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti menggali lebih dalam tentang makna pesan moral iklan Marjan 1444 H menggunakan perspektif semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendapatkan hasil kajian yang komprehensif terkait pesan moral melalui perspektif semiotika Roland Barthes. Hasil penelitian menyatakan bahwa Pesan moral iklan marjan edisi 1444 H mengangkat tema keresahan pada kondisi laut yang tercemar sampah dan mengajak masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan. Iklan tersebut ingin meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan laut dan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai. Pesan moral ini mengajak setiap individu untuk berperan aktif dalam memilah sampah dengan benar dan menjaga kebersihan lingkungan. Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes, pemaknaan pesan moral iklan Marjan Edisi 1444 H secara denotatif, yaitu perlawanan Baruna sang penjaga Samudra melawan monster laut yang mengamuk akibat adanya sampah dilautan. Makna konotatif pada iklan tersebut adalah bentuk peringatan akan bencana yang bisa terjadi akibat pencemaran yang terjadi di lautan. Mitos yang dimuat dalam iklan ini adalah adanya mitos tentang hukum karma atau hukum kausalitas yakni segala sesuatu yang dibuat akan kepada diri sendiri. Dalam konteks iklan, dengan membuang sampah sembarangan akan menjadi bencana pada kemudian hari.

Kata kunci: Semiotika, Roland Barthes, Pesan Moral Iklan.

ABSTRACT

The television fish industry is experiencing rapid growth. Advertisements compete to meet the audience's expectations. Marjan's annual edition 1444 H advertisement always captures public attention with its moral message. While there are many negative moral messages in advertisements, people crave advertisements with positive ones. To explore this issue, the writer delves deeper into the meaning of Marjan 1444 H advertisement's moral message using Roland Barthes' semiotic perspective. The qualitative descriptive method is employed for comprehensive results related to moral messages through Barthes' semiotics. The study reveals that Marjan's advertisement edition 1444 H conveys concerns about marine pollution, encouraging environmental care. It emphasizes the importance of maintaining a clean marine environment and reducing single-use plastics. The moral message urges individuals to play an active role in proper waste disposal and environmental preservation. Through Roland Barthes' semiotic analysis, the advertisement's denotative meaning depicts Baruna, the ocean guardian, resisting a sea monster affected by sea pollution. Connotatively, it warns of potential disasters due to ocean pollution. Mythically, the advertisement highlights the concept of karma, suggesting that one's actions will have consequences in the future.

Keywords: Semiotics, Roland Barthes, Advertising Moral Message