

ABSTRAK

Iklan sudah menjadi hal yang sering dilihat oleh masyarakat. Iklan bisa dilihat dimana saja, salah satunya melalui media *youtube*. Iklan tidak hanya sebagai suatu hal yang dianggap mengganggu. Iklan dapat mempengaruhi khalayak yang menyaksikan tayangannya. Para pembuat iklan harus membuat iklan yang kreatif supaya menarik khalayak, maka tak heran apabila iklan dibuat untuk menyambut suatu momen, salah satunya saat momen bulan Ramadhan menyambut Lebaran. Hal tersebut yang dilakukan oleh Ramayana *Departement Store* dengan maksud untuk menambah pengetahuan para penonton tentang nilai agama Islam yang dianut oleh suatu bangsa. Tanda-tanda nilai agama Islam diperlihatkan dengan memiliki makna-makna kebaikan yang bisa ditiru oleh penonton. Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan makna representasi nilai agama Islam dalam sebuah iklan. Untuk mempelajari tentang makna-makna maka analisis semiotika merupakan salah satu yang dapat digunakan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, berupa *sign*, *object*, dan *interpretan*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dalam video iklan Ramayana *Departement Store* mengandung 3 unsur nilai agama Islam yang direpresentasikan dalam iklan tersebut. Pertama, keramahan dan kebahagiaan dalam Islam. Kedua, amar ma'ruf nahi munkar dalam Islam. Ketiga, tanggung jawab dalam Islam. Saran dari peneliti yaitu bagi Ramayana *Departement Store* diharapkan kedepannya tetap menampilkan ide-ide yang segar, kreatif, dan menarik dalam menyajikan iklan Ramayana *Departement Store* yang mendidik. Karena iklan tidak hanya berfokus pada keuntungan komersil saja, tapi pesan yang terkandung didalamnya hendaknya memberi nilai kebaikan untuk masyarakat.

Kata kunci : Representasi, Agama Islam, Semiotika, Iklan, Ramayana *Departement Store*.

ABSTRACT

Advertisement is something oftenly see by the society. It can be seen everywhere, one of them is from youtube. It is not always seen as something that is disturbing, but it can also be persuasive. In order to persuade the consumer, advertisement-creators have to make something interesting. That is why sometimes advertisement is made in order to celebrate a moment. For example, for the previous Ramadhan, Ramayana Departement Store was making an advertisement, aimed to increase the knowledge of the consumer about the value of Islam. These value was represented to plant some kind of modelled meaning in the heart of the consumer. The purpose of this research is to explain the meaning of the value representation of Islam in advertisement. To understand these meanings, semiotic analysis is needed. The kind of research used is a qualitative research methods with the semiotic analysis of Charles Sanders Peirce, in which contains sign, object, and interpretan. The result of this method deduct that from the advertisement of Ramayana Departement Store containing 3 the Islamic representation in the advertisement. First, friendly and happiness in Islam. Both, amar ma'ruf nahi mukar in Islam. Third, responsibility in Islam. As the suggestion from researcher, is for Ramayana Departement Store to continue making a fresh, unique, and creative way of making an advertisement, since advertisement should not only commercially beneficial, but should also spreading kindness in the heart of the society.

Keyword : Representation, Islam Religion, Semiotic, Advertisement, Ramayana Departement Store.