

ABSTRAK

Iir Khoiriyah, NIM: **1840210074** dengan judul: "Pesan Moral dalam Iklan "Doa di Ujung Ramadan" di Instagram @daikinindonesia, Skripsi Program Strata Satu (S-1) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui pesan-pesan moral dalam iklan "Doa di Ujung Ramadan" yang tayang di media sosial instagram @daikinindonesia. Iklan "Doa Di Ujung" Ramadan merupakan salah satu iklan Ramadan yang diproduksi oleh *brand* AC PT Daikin Airconditioning. Iklan ini mengangkat tema ibu yang ditayangkan dalam durasi 60 detik. Film ini tayang di instagram dan youtube yang telah ditonton 9,5 juta tayangan di Instagram dan 7,2 juta di Youtube.

Iklan merupakan media promosi sekaligus media penyampaian pesan yang baik salah satunya berkaitan dengan nilai-nilai moral. Namun tidak semuanya iklan mengandung nilai-nilai moral. Seperti iklan produk, iklan komersial, iklan promosi yang menekankan pada penjualan suatu *brand*. Dari hal tersebut peneliti memilih Iklan "Doa di Ujung Ramadan" di instagram @daikinindonesia sebagai subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi (*Content Analysis*) dengan metode semiotik Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*Library Research*) dengan menggunakan dokumentasi dan wawancara sebagai metode pengumpulan data. Objek dari kajian penelitian ini adalah pesan moral yang terdapat dalam iklan "Doa di Ujung Ramadan" di media sosial instagram @daikinindonesia. Penelitian ini berhasil memperoleh temuan, yaitu: tahu balas budi, menghargai orang lain, pantang menyerah, bekerja sama, berdoa kepada Allah, membantu orang lain, kasih sayang. Serta sebuah mitos yaitu surga berada di bawah telapak kaki ibu. Semua kategori pesan moral yang terkandung dalam iklan Doa di Ujung Ramadan disampaikan melalui adegan-adegan dan dialog yang dilakukan oleh tokoh, sehingga menjadi perpaduan yang baik dan menarik. Pesan-pesan moral dalam iklan tersebut diharapkan dapat memberikan informasi, contoh, pengajaran melalui adegan-adegan dan dialog yang disampaikan sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci: *Iklan Ramadan, Semiotika, Pesan Moral*