

ABSTRAK

Iklan Marjan 3 episode tahun 2022 edisi Dewi Sri menggunakan cerita rakyat mitos Dewi Sri sebagai lokal *heroes* pada iklan ini. Iklan ini berusaha mengenalkan kembali budaya Indonesia dengan mengangkat dari cerita rakyat mitos Dewi Sri, dengan dukungan visual beberapa budaya dan mitos Jawa yang ditampilkan dalam iklan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana makna tanda denotasi, makna tanda konotasi, dan mitos merepresentasikan mitos Jawa dalam iklan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini yaitu menggunakan studi dokumentasi, sedangkan secara data sekunder peneliti menggunakan studi kepustakaan dari referensi buku dan *internet searching*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data peneliti menggunakan teknik meningkatkan ketekunan. Hasil dari penelitian ini, berdasarkan makna denotasi pada iklan yaitu Dewi Sri divisualkan disesuaikan dengan atribut merepresentasikan mitos pada masyarakat agraris Jawa. Makna konotasi dalam iklan ini mitos Jawa merupakan hal yang ada dalam budaya Jawa dan mempunyai makna tentang kehidupan manusia, sedangkan mitos yang terkandung dalam iklan membentuk cerita rakyat mitos Dewi Sri bahwa representasi mitos Jawa digambarkan pada iklan ini berasal dari budaya masyarakat agraris Jawa.

Kata Kunci: Iklan, Dewi Sri, Representasi, Mitos Jawa, Analisis Semiotika Roland Barthes

ABSTRACT

The 3-episode Marjan ad in 2022 edition of Dewi Sri uses the mythical folklore of Dewi Sri as a local heroes in this ad. This advertisement seeks to reintroduce Indonesian culture by raising from the mythical folklore of Dewi Sri, with the visual support of several Javanese cultures and myths displayed in the advertisement. This study aims to describe how the meaning of denotation signs, the meaning of connotation signs, and myths represent Javanese myths in the advertisement. The method used in the study is qualitative with the semiotic analysis approach of Roland Barthes. The primary data collection technique in this study is to use documentation studies, while in secondary data researchers use literature studies from book references and internet searching. Data analysis techniques in this study use data reduction, data presentation and drawing conclusions. The technique of validity of researchers' data uses techniques of increasing persistence. The results of this study, based on the meaning of denotation in advertising, namely Dewi Sri, are visualized in accordance with the attributes of representing myths in Javanese agrarian society. The meaning of the connotation in this advertisement javanese myth is something that exists in Javanese culture and has a meaning about human life, while the myth contained in the advertisement forms the folklore of dewi Sri myth that the representation of Javanese myth depicted in this advertisement comes from the culture of javanese agrarian society.

Keywords: *Advertisement, Dewi Sri, Representation, Javanese Myth, Semiotic Analysis of Roland Barthes*