

## ABSTRAK

Iklan adalah sebuah pesan yang berisi tentang informasi dari keunggulan suatu produk yang disampaikan melalui media dalam bentuk audio maupun visual. Iklan Aqua versi Temukan Indonesiamu merupakan salah satu iklan yang menceritakan tentang Budaya Indonesia. Penelitian yang berjudul **“Representasi Budaya Indonesia dalam Iklan Aqua (Studi Semiotika John Fiske Mengenai Sikap Ramah Tamah dalam Iklan Aqua Versi Temukan Indonesiamu)”** bertujuan untuk mengetahui makna Budaya Indonesia pada sikap Ramah Tamah dalam Iklan Aqua versi Temukan Indonesiamu melalui level realitas, level representasi, dan level ideologi. Untuk mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan paradigma konstruktivis, dengan metode kualitatif dan pendekatan analisis semiotika John Fiske berdasarkan *Television Code* yang memiliki tiga level yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi. Hasil penelitian ini menunjukkan budaya Indonesia pada sikap Ramah Tamah diperlihatkan dengan menampilkan kehidupan masyarakat Indonesia yang ramah. Pada level realitas, budaya Indonesia ditunjukkan melalui kode gesture, dan ekspresi. Pada level representasi penggambaran budaya Indonesia pada sikap ramah tamah melalui kode narasi, dan setting. Pada level ideologi, budaya Indonesia direpresentasikan pada ideologi Pluralisme yang menunjukkan sikap ramah dan kekeluargaan masyarakat Indonesia.

**Kata Kunci:** Iklan, Budaya Indonesia, Realitas, Representasi, Ideologi