

ABSTRAK

Iklan series Marjan bermula pada tahun 2010 dengan menghadirkan cerita bersambung hingga tahun 2021. Iklan marjan kerap ditayangkan pada media Televisi maupun Youtube sebagai pengingat masyarakat bahwa bulan suci Ramadhan semakin dekat, serta tak lupa pada setiap iklan tersebut kerap menyisipkan nilai-nilai kehidupan yang memiliki arti. Dari langkah tersebut peneliti tertarik ingin meneliti nilai-nilai pesan moral apakah yang ditampilkan dalam Iklan Marjan series periode 2010 – 2021 serta bagaimanakah daya tarik pesan iklan yang ditampilkan pada Iklan Marjan series periode 2010 – 2021. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode Analisis isi kualitatif dengan pendekatan konstruktivis. Hasilnya ditemukan bahwa sebanyak 12 video dari 12 video tersebut didominasi kepada unsur pesan moral kreatif dan bersahabat dengan total perolehan poin sebanyak 121 poin. Kemudian ditemukan hasil 23 poin yang mendominasi pada daya tarik pesan rasional. Tujuan pihak marjan menampilkan unsur pesan moral kreatif dan bersahabat pada setiap Iklan Marjan series periode 2010 – 2021 ialah sebagai bahan ajaran kepada audience agar selalu berkreasi dalam berkarya serta menjunjung tinggi nilai persahabatan dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian pada daya tarik rasional, pihak marjan ingin memberikan informasi bahwa produknya dapat mendukung *global warming* dengan cara mendaur ulang produk – produknya sebagai bahan yang berguna bagi kehidupan sehari-hari serta pihak marjan ingin memberikan kedamaian serta kebersamaan saat menikmati sirup marjan.

Kata Kunci: Analisis isi kualitatif, iklan pesan moral, daya tarik pesan, Marjan