

ABSTRAK

Iklan Marjan identik dengan menampilkan simbol-simbol agama dalam pesan iklannya. Pada iklan Marjan versi Baruna Sang penjaga Samudera peneliti melihat bahwa Marjan dikenal sebagai merek sirup yang terkait erat dengan produk berbuka puasa, khususnya selama bulan Ramadhan. Namun, iklan terbaru Marjan versi Baruna Sang Penjaga Samudera, menunjukkan keberanian untuk melibatkan tokoh mitologis Baruna, dewa air dalam Hindu. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis representasi Dewa Baruna dalam iklan Marjan versi Baruna Sang Penjaga Samudera. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika John Fiske untuk memahami makna dalam iklan Marjan tersebut. -Sumber data penelitian ini melalui pengumpulan data observasi dan dokumentasi dari iklan Marjan versi Baruna Sang Penjaga Samudera dan berbagai sumber rujukan jurnal ataupun buku. Hasil temuan dalam penelitian ini menemukan bahwa pada level realitas Dewa Baruna direpresentasikan melalui tampilan fisik, daerah kekuasaan, sifat dan busana. Iklan ini memanfaatkan elemen mitologis dan visual untuk menampilkan Dewa Baruna sebagai pemimpin bijaksana, penuh keberanian, dan melibatkan diri dalam melindungi masyarakat. Pada level representasi iklan marjan menghasilkan visual, audio dan setting yang dapat menggambarkan Dewa Baruna dengan dramatis hal ini membuat pengalaman audience menjadi lebih mendalam. Sedangkan pada level ideologi Iklan ini menerapkan ideologi utilitarianisme dengan fokus pada nilai perjuangan, kepemimpinan, konservasi lingkungan, dan kesadaran budaya, meskipun terdapat kesalahan simbolis, tetapi dapat mengaitkan produk Marjan dengan nilai positif dan manfaat luas, sejalan dengan prinsip utilitarianisme.

Kata kunci: *Representasi, Dewa Baruna, Iklan, Semiotika John Fiske*