

ABSTRAK

Iklan merupakan salah satu senjata ampuh para pengusaha untuk bisa *survive* dalam dunia bisnisnya beberapa iklan juga mencoba mengangkat nilai-nilai atau makna melalui unsur-unsur tanda, teks, gambar, simbol ataupun yang lainnya yang terkandung di dalamnya. Inisiatif untuk menjaga warisan leluhur bangsa Indonesia bisa muncul dari pengiklan. Penelitian ini berjudul “Re-interpretasi Budaya pada Iklan Intel Visibly Smart”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menginterpretasikan makna tanda yang ditampilkan pada iklan Intel Visibly Smart berdasarkan *representament*, *object*, *interpretant*, untuk mengetahui fungsi Praktik *Public Relations* digunakan dalam iklan Intel Visibly Smart versi *Jogja Hip-hop Foundation*. Dengan pendekatan Semiotika Charles Sanders Peirce dengan menggunakan model *triadic*, yaitu *representament*, *object*, dan *interpretant*. Hasil penelitian ini yaitu iklan ini menceritakan penggabungan dua budaya antara musik hiphop dengan musik Jawa. Sehingga citra yang ingin diangkat adalah perusahaan multinasional seperti intel ingin mengangkat budaya Indonesia, khususnya budaya Jawa.

Kata Kunci: Iklan, budaya, praktik *Public Relations*, citra.