



**Bidang Studi Marketing Communication & Advertising  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

### **Abstrak**

**Wahyu Ariyanto  
44312120036**

### **REPRESENTASI CITRA PEREMPUAN MUSLIMAH DALAM IKLAN PRODUK SARIAYU HAIR CARE SERIES**

*( Analisis Semiotika Roland Barthes pada iklan sariayu hair care series versi bebas berhijab )*

Salah satu iklan di televisi yang juga merupakan objek semiotika ialah produk sampo dari merek sariayu hijab *hair care series* versi bebas berhijab iklan ini sangat berbeda dengan Kompetitornya iklan yang ditunjukkan bagi para perempuan muslimah masa kini yang keseharian – harian berhijab

Representasi dari tanda-tanda tentang citra perempuan yang berkembang dalam budaya masyarakat di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penanda dan petanda yang merepresentasikan tentang citra perempuan muslimah makna dalam iklan sariayu hijab *hair care series* versi bebas berhijab Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode semiotik dan menggunakan teori semiotika Roland Barthes.

Barthes membagi proses penafsiran terhadap tanda menjadi dua tingkatan, yaitu denotasi dan konotasi. Iklan ini terdiri dari atas dua elemen, yaitu elemen visual berupa gambar dan warna, serta elemen audio Kedua elemen ini berkaitan sehingga tidak mudah dimengerti. Untuk mendapatkan dan memahami isi pesan di balik iklan ini, diperlukan kajian semiotika sebagai pendekatan kualitatif untuk mengungkapkan pesan yang terkandung di balik iklan ini. yang berupa narasi.

Iklan Sariayu Hijab *Hair care series* menunjukkan makna citra diri perempuan muslimah yang terlihat anggun dan cantik pesan yang ingin disampaikan pada iklan tersebut tidak hanya cerita seorang perempuan muda berbusana muslimah yang tidak hanya menggambarkan penampilan masa kini tetapi tentang citra perempuan yang berkembang dalam budaya masyarakat di Indonesia. perempuan tidak hanya jadi sebuah ekplotasi iklan dengan identitas agama menerima diri dengan apa adanya namun dalam iklan ini menunjukkan bahwa wanita memiliki kecantikan yang beraneka ragam, tidak memandang bentuk tubuh, sifat ataupun warna kulit.

**Kata kunci:** Representasi Iklan, Semiotika, Makna citra perempuan



**Bidang Studi Marketing Communication & Advertising  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana**

*Abstract*

**Wahyu Ariyanto  
44312120036**

***REPRESENTATION IMAGE OF WOMEN MUSLIMAH IN ADVERTISING  
SARIAYU HEIR CARE SERIES***

*(Semiotics analysis Roland Barthes on advertising sariayu heir care series free version berhijab)*

*One of the advertisements on television which is also the object of semiotics is the product of shampoo from brand sariayu hijab hair care series free version berhijab this ad is very different from the competitor advertisement that is shown for the women of the present day Muslim daily - daily berhijab*

*Representation of the signs about the image of women who developed in the culture of society in Indonesia. This study aims to determine the markers and markers that represent the image of Muslim women meaning in the ad sariayu hijab hair care series free version berhijab This research uses a type of qualitative research with semiotic method and using Roland Barthes semiotics theory. Barthes divides the process of interpretation of signs into two levels, denotation and connotation. This ad consists of top two elements, the visual elements of images and colors, as well as audio elements These two elements are related so it is not easy to understand. To obtain and understand the content of the message behind this ad, semiotics research is required as a qualitative approach to reveal the message contained behind this ad. which is a narrative.*

*Ad Sariayu Hijab Hair care series shows the meaning of self-image of Muslim women who look elegant and beautiful message to be conveyed in the ad is not only the story of a young woman dressed muslimah that not only describes the present appearance but about the image of women who developed in the culture of society in Indonesia . women not only become an ad exploit with a religious identity accept themselves with what it is but in this ad shows that women have a diverse beauty, regardless of body shape, nature or skin color*

**Keywords:** *Representation, Semiotics, Meaning of female image*