

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran  
Putri Ariska  
44316110105

Mitologi Selebgram dalam Iklan Jadi Terkenal Dimulai dari Tokopedia (Analisis Semiotika Rholand Barthes)  
Bibliografi : 5 Bab

### ABSTRAK

Selebgram merupakan terminologi yang mengacu pada sosok yang terkenal di media sosial Instagram, di mana seleb mengacu pada arti sebritas yang berarti orang yang dikenal publik di media sosial Instagram. Iklan *Jadi Terkenal Dimulai dari Tokopedia* menceritakan remaja perempuan yang memiliki keinginan untuk menjadi populer di Instagram. . Perbedaan budaya dalam pandangan semiotika sangat penting dalam melihat dan menganalisa mitologi pada tanda-tanda yang hadir dalam berbagai objek mengingat budaya merupakan sistem dalam masyarakat yang memberikan kesepakatan akan adanya upaya bersama dalam menyepakati makna atas tanda yang ada, oleh sebab itu penelitian ini akan memperlihatkan cara peneliti menganalisa mitologi selebgram

Pengertian mitologi menurut Barthes tidaklah menunjuk pada mitologi dalam pengertian kaku seperti cerita-cerita tradisional, legenda, dan hal sejenisnya saja, melainkan sebuah cara pemaknaan yang dalam bahasa Barthes merujuk pada esensi makna sebagaimana diungkap Barthes bahwa, pada dasarnya semua hal dapat menjadi mitos; satu mitos timbul untuk sementara waktu dan tenggelam untuk waktu yang lain karena digantikan oleh pelbagai mitos lain. Mitos menjadi pegangan atas tanda-tanda yang hadir dan menciptakan fungsinya sebagai penanda pada tingkatan yang lain.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode semiotika yang dapat menjadi sarana dalam memahami tanda-tanda dalam iklan *Jadi Terkenal Dimulai dari Tokopedia* untuk mengungkap mitologi selebgram. Dimana peneliti mengumpulkan data secara primer yaitu studi dokumentasi dan data sekunder yaitu studi kepustakaan.

Bedasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa selebgram dalam iklan *Jadi Terkenal Dimulai dari Tokopedia* menunjukkan bahwa selebgram memberikan standarisasi kecantikan fisik, identik dengan nilai-nilai hedonism, sifat *narcissistic* (narsis), populer sampai pada akhirnya digemari *followersnya*.

Kata Kunci: Selebgram, Instagram, Mitologi, Tokopedia