

**REPRESENTASI LAKI-LAKI FEMININ DALAM IKLAN PANTENE
MIRACLES HAIR SUPPLEMENT VERSI KEANU ANGELO
(Analisis Semiotika Charles S.Peirce)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
MEYLISA ARYANI
044119218**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
AGUSTUS 2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Meylisa Aryani
NPM : 044119218
Judul : Representasi Laki-Laki Feminin Dalam Iklan Pantene
Miracles Hair Supplement Versi Keanu Angelo
(Analisis Semiotika Charles S.Peirce)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 2 Agustus 2023
Oleh

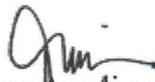
DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1/ Penguji 1



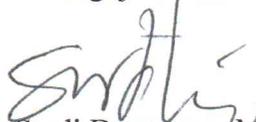
Restiawan Permana, M.Si
NIK. 1. 1409 198 89

Pembimbing 2/ Penguji 2



Diana Amaliasari, M.Si
NIK. 1.0113 001 606

Penguji Utama



Dr. Sardi Duryatmo, M.Si
NIK. 1.0715 022 649

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Sunaryati, M.Si
NIP. 1.9600 607.199009.2.001



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comm
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

MEYLISA ARYANI. 044119218. 2023. Representasi Laki-Laki Feminin Dalam Iklan Perawatan Rambut (Analisis Semiotika Pantene Miracles Hair Supplement Versi Keanu Angelo). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Restiawan Permana dan Diana Amaliasari.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisa dan deskripsi dari makna, tanda, dan representasi feminin dalam iklan Pantene Miracles Hair Supplement. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Bogor, Jawa Barat. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam iklan tersebut ditemukan adegan yang merepresentasikan feminin sebanyak tujuh kali, peneliti mendapatkan hasil makna tanda yang diperankan oleh Keanu adalah sosok laki-laki yang memiliki sifat feminin. Dapat dilihat dari bahasa tubuh dan mimik wajah yang divisualisasikan oleh seorang Keanu. Dengan seorang Keanu yang memiliki sifat feminin, justru menjadikan pribadi Keanu semakin menarik dan dapat mencakup target laki-laki dan perempuan. Hal ini juga dianggap tidak biasa oleh masyarakat, sehingga menarik banyak atensi, juga memengaruhi tingkat penjualan produk tersebut.

Kata kunci: feminin, iklan, representasi, semiotika.