

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *ADVERTISING*
Skripsi, Mei 2023
RAHMA ISMIANTI
2019140153**

**Representasi Kecantikan Rambut Perempuan Dalam Iklan Youtube Dove
Indonesia Versi “Rambutku Mahkotaku” (Analisis Charles Sanders Peirce)**

ABSTRAK

Perempuan sering kali dihadapkan masalah yang menyebabkan kehilangan kepercayaan diri dalam penampilannya. Dove menjadi salah satu brand yang hadir untuk mendukung semua perempuan untuk percaya diri melalui iklan-iklannya. Iklan Youtube Dove Indonesia versi “Rambutku Mahkotaku” berisi tentang perempuan-perempuan yang menceritakan komentar negatif pada rambutnya. Tujuan penelitian mengetahui konstruksi realitas sosial dan mengungkapkan makna dalam iklan menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce. Teori yang digunakan teori konstruksi realitas, iklan, iklan media sosial, representasi, kecantikan perempuan, rambut, semiotika dan semiotika Charles Sanders Peirce. Pendekatan penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Teknik Pengumpulan data yaitu analisis isi video dengan metode analisis teks. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan konstruksi dalam iklan youtube Dove Indonesia versi “rambutku mahkotaku” sangat bertolak belakang dengan iklan lainnya, perempuan digambarkan dengan *self esteem* dan kepercayaan dirinya atas kecantikan rambut yang beragam. Mengarah pada konsep kecantikan modern dan post modern. Iklan ini mengungkapkan makna bahwa perempuan memiliki rambut yang beragam. Keberagaman rambut perempuan perlahan akan menggeser konsep cantik pada rambut *ideal* dengan membangun *self esteem* dan kepercayaan diri dengan mencintai dan menerima perbedaan dalam dirinya.

**Kata Kunci : Charles Sanders Peirce, Iklan, Semiotika, Representasi,
Rambut**

Referensi : 19 Buku + 6 Jurnal + 10 Website

Pembimbing : Dr. Aminah Swarnawati, M.Si.