

## ABSTRACT

**Damayanti. 1205030060. *Roland Barthes' Semiotic Analysis in Fabric Softener Advertisement on YouTube Channel Downy 2023.*** An Undergraduate Thesis, English Literature Department, Faculty of Adab and Humanities, State Islamic University of Sunan Gunung Djati Bandung. Advisors: 1. Dr. Dewi Kustanti, M.Pd., C.P.S 2. Fours Huznatul Abqoriyyah, S.Hum., M.A.

This research aims to provide a comprehension concerning various type of sign meanings in Downy's YouTube channel advertisements by applying semiotic theory of Roland Barthes, which concentrates on denotation, connotation and myth. As for analysis object Downy YouTube advertisements consisting of displayed scenes, voice overs, and texts or slogans that emerge. The research problems focus on the denotations, connotations and myths in fabric softener advertisement on YouTube Channel Downy 2023. In elaborating the answers of the research problems, descriptive qualitative research method is used, by describing the interpretation of two significances from Roland Barthes, namely denotation, connotation and myth profoundly. The analysis result indicates that in 2023 Downy fabric softener advertisements, it has been discovered 6 advertisements uploaded on YouTube channel Downy. Meanwhile, the research object is 4 advertisements. From the four advertisements, it has been found 45 scenes (which are converted into image captures) that have denotative and connotative meaning, consisting of 14 pictures in from the first advertisement, 11 pictures from the second advertisement, 8 pictures from the third advertisement and 12 pictures from the fourth advertisement. At the same time, myth is also identified from the four advertisements amounts to 12, consisting of 6 myths in the form of visual and 6 myths in the form of textual. The conclusion of this research is the application denotative meaning, connotative meaning and myths theory in Downy advertisements uploaded on its YouTube account, is able to reveal the marketing strategy employed by Downy's company. This shows that Downy has a competitive edge to other fabric softener brands.

**Keyword: Semiotics, Roland Barthes, Advertisements, Downy**

## ABSTRAK

**Damayanti. 1205030060. *Roland Barthes' Semiotic Analysis in Fabric Softener Advertisement on YouTube Channel Downy 2023.*** Skripsi, Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Pembimbing: 1. Dr. Dewi Kustanti, M.Pd., C.P.S 2. Fourus Huznatul Abqoriyyah, S.Hum., M.A.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami berbagai jenis makna tanda dalam iklan kanal YouTube Downy dengan penerapan teori semiotika Roland Barthes yang berfokus pada makna denotasi, konotasi dan mitos. Adapun yang menjadi objek analisis iklan YouTube Downy ini berupa adegan yang ditampilkan di setiap iklannya, voice over, dan teks atau slogan yang muncul. Masalah penelitian ini berfokus pada makna denotasi, konotasi dan mitos dalam iklan pelembut pakaian pada saluran YouTube Downy tahun 2023. Dalam menjabarkan jawaban dari masalah penelitian tersebut, digunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menguraikan interpretasi *the two significances* dari Roland Barthes, yaitu makna denotasi, konotasi dan mitos secara mendalam. Hasil analisis menunjukkan bahwa pada iklan pelembut pakaian Downy tahun 2023, ditemukan 6 iklan yang diunggah di kanal YouTube Downy. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah 4 iklan. Dari keempat iklan tersebut, ditemukan 45 adegan (yang diubah dalam bentuk tangkapan gambar), yang memiliki tanda makna denotasi dan konotasi, berupa 14 gambar di iklan pertama, 11 gambar di iklan kedua, 8 gambar di iklan ketiga dan 12 gambar di iklan keempat. Adapun mitos yang ditemukan dari keempat iklan tersebut berjumlah 12, berupa 6 mitos dalam bentuk visual dan 6 mitos dalam bentuk tekstual. Kesimpulan penelitian ini adalah dengan adanya penerapan makna denotasi, konotasi dan mitos pada iklan Downy yang diunggah di akun YouTube-nya, mampu mengungkap strategi pemasaran yang diterapkan oleh Downy. Hal inilah yang membuat Downy memiliki aspek unggul dibanding merek pelembut pakaian lainnya.

**Kata kunci: Semiotika, Roland Barthes, Iklan, Downy**