

ABSTRAK

Nurryah, Shany Oktaviani. 2023. *Meaning of Icons, Indexes, and Symbols on Youtube Video Beauty Advertisements of Wardah Products.* Undergraduate Thesis, English Department, Faculty of Adab and Humanities, State Islamic University of Sunan Gunung Djati Bandung, Pembimbing: Mr. Pepen Priyawan, S.S., M. Hum and Mr. Erlan Aditya Ardiansyah, M. Hum.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui macam-macam dan fungsi sistem tanda ikon, indeks dan simbol yang terdapat pada iklan Wardah, yang menjadi salah satu brand terkenal dikalangan masyarakat Indonesia, dan iklan ini diambil dari situs web Youtube. Khususnya kepada masyarakat Indonesia dan umumnya kepada masyarakat di dunia yang seusia remaja, iklan ini bertujuan untuk menjelaskan bahwa menjaga kulit itu sangat penting, salah satunya yaitu dengan menggunakan produk Wardah, yang dapat merawat kulit wajah menjadi tampak cerah bersinar, bersih dan sehat. Penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh Charles Sanders Peirce tentang sistem tanda, dengan pendekatan kajian semiotik yang terbagi menjadi tiga bagian, yaitu; icons, indexes, and symbols. Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menjelaskan kandungan makna dalam menganalisis produk Wardah. Penulis melakukan pemilihan dan pengumpulan data yang tersedia, kemudian dianalisis menggunakan kajian semiotika dan menemukan sistem tanda ikon yang berupa logo, tagline, dan nama jenis produk. Pada sistem tanda indeks berupa subjek pendukung dari iklan produk, dan sistem tanda simbol yang berupa fungsi dari produk yang digunakan pada bagiannya. Data tersebut diambil dari 11 video iklan. Penelitian ini dapat membedakan ikon, indeks, and simbol pada iklan produk Wardah. Dengan demikian, setiap iklan lainnya pasti memiliki simbol dan makna tersendiri, sehingga interpretasi pada iklan tersebut akan berbeda-beda sesuai dengan kajian yang digunakannya.

Kata kunci: Iklan, Wardah, Ikon, Indeks, dan Simbol.

ABSTRACT

Nurryah, Shany Oktaviani. 2023. Meaning of Icons, Indexes, and Symbols on Youtube Video Beauty Advertisements of Wardah Products. Undergraduate Thesis, English Department, Faculty of Adab and Humanities, State Islamic University of Sunan Gunung Djati Bandung, Supervisors: Mr. Pepen Priyawan, S.S., M. Hum and Mr. Erlan Aditya Ardiansyah, M. Hum.

This study aims to determine the types and functions of the sign system of icons, indexes and symbols contained in Wardah advertisements, which have become one of the well-known brands among Indonesian people, and these advertisements were taken from the Youtube website. Especially for the people of Indonesia and generally for people in the world who are in their teens, this advertisement aims to explain that taking care of the skin is very important, one of which is by using Wardah products, which can treat facial skin to make it look bright, clean and healthy. This study uses the theory put forward by Charles Sanders Pierce about sign systems, with a semiotic study approach which is divided into three parts, namely; icons, indexes, and symbols. The method applied to this study is qualitative descriptive, which aims to explain the content of meaning in analyzing Wardah products. The researcher selects and collects available data, then analyzes it using semiotic studies and finds an icon sign system with logos, taglines, and product type names. In the index sign system in the form of supporting subjects of product advertising, and symbol sign systems in the form of functions of the products used in their parts. The data was taken from 11 video ads. This research can distinguish icons, indexes, and symbols in Wardah product advertisements. Thus, every other advertisement must have its own symbol and meaning, so that the interpretation of the advertisement will vary according to the study used.

Keywords: Ads, Wardah, Icons, Indexes, and Symbol.