

## **ABSTRAK**

**M. FATKHUR RIZA “14815589”**

**“Analisis Semiotik Iklan Garnier Acno Fight “versi Philo Paz Armand”**

Penelitian ini bertekad untuk mengetahui makna denotasi, konotasi dan mitos atau ideologi dalam iklan televisi GARNIER ACNO FIGHT yang sedang menggambarkan maskulin. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis semiotik untuk mengungkap makna iklan yang tersirat. Analisis semiotik digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotik Roland Barthes yang melihat makna denotasi, konotasi dan mitos. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya wujud makna deenotasi, konotasi, dan mitos atau ideologi dalam iklan Garnier Acno Fight. Hasilnya berasal dari tanda dominan dalam merekam adegan yang diambil dengan kriteria yang ditentukan. Dalam versi Philo Paz Armand, ada tiga makna denotasi, tiga konotasi, dan tiga mitos.. Bagian akhir atau bentuk laki-laki adalah bentuk fisik seseorang yang cenderung metroseksual, keinginan wanita, pemimpin cerdas yang sukses, seseorang, pikiran kreatif dan hobi. Karena adanya iklan tersebut dapat membuat masyarakat tertarik membeli produk pembersih wajah Garnier Acno Fight.

**Kata kunci:** Pierce, maskulinitas, semiotik  
**(xi + 39)**