

RINGKASAN

Pantene merupakan salah satu brand perawatan kecantikan rambut ternama yang terkenal khususnya di Indonesia. Proses pembuatan visual yang berkomunikasi dengan penonton membutuhkan elemen-elemen visual seperti Ilustrasi, Framing, Warna dan Angle Camera yang dapat mendukung pandangan tersebut. Makna visual iklan Pantene versi Keanu mendeskripsikan elemen-elemen visual dan makna visual. Hal ini bertujuan untuk menjelaskan elemen visual yang terdapat pada iklan Pantene versi Keanu dan membuktikan makna pada tanda yang sebenarnya pada iklan tersebut. Untuk membuktikan makna visual yang terdapat pada iklan Pantene versi Keanu dibutuhkan pendekatan semiotika dengan menggunakan teori Roland Barthes. Hasil analisis dari elemen visual dan makna visual dapat dibuktikan dengan berbagai makna denotatif dan konotatif yang terdapat pada iklan tersebut. Kajian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, dokumentasi, dan teknik analisis data. Hasil analisis Makn visual iklan Pantene versi Keanu membuktikan bahwa iklan memiliki tanda yang memiliki makna langsung maupun tidak langsung bagi penerimanya. Selain melihat tanda (denotatif) dan makna (konotatif) yang mengacu pada produk Pantene Miracles Hair Supplement Tanda-tanda tersebut juga menandakan bahwa menjaga kesehatan nutrisi rambut tidak hanya identik dengan wanita, namun pria juga harus bisa menjaga kesehatan rambut.

Kata Kunci : Visual, Semiotika, Roland Barthes, Iklan, Angle Camera

ABSTRACT

Pantene is one of the popular hair beauty care brands in Indonesia. The process of making visual communication with the audience requires visual elements such as illustrations, framing, colours, and camera angles. The visual meaning of Keanu's Pantene advertisement describes the visual elements and visual meanings. It aims to explain the visual elements in Keanu's Pantene and prove the sign's meaning in the advertisement. The revealing of the visual meaning of Keanu's Pantene advertisement requires a semiotic approach using Roland Barthes' theory. The results of the analysis of the visual elements and visual meanings can be proven by the various denotative and connotative meanings. This study used qualitative research methods with data collection techniques such as observation, documentation, and data analysis. The analysis of the visual meaning of the Keanu version of Pantene advertisements shows that advertisements have signed with direct or indirect meaning for recipients. Besides, looking at the signs (denotative) and meanings (connotative) of Pantene Miracles Hair Supplement products, these signs also explain that maintaining healthy hair nutrition is identical for women and men.

Keywords : *Visual, Semiotics, Roland Barthes, Advertising, Camera Angle*

