

## **ABSTRAK**

Iklan merupakan salah satu media komunikasi yang bertujuan mempromosikan barang atau produk tertentu. Dewasa ini mulai bermunculan iklan produk yang menampilkan wanita berhijab, karena produk tersebut dikhususkan untuk wanita berhijab. Salah satunya iklan Rejoice Hijab 3in1 Aku #Hijabisa selain bertujuan untuk mempromosikan produk dan juga untuk kampanyekan dorongan penggunaan hijab. Iklan mengkampanyekan kalau pakai hijab tidak akan panas dan masih bisa tetap aktif. Agar pesan yang akan disampaikan mudah dicerna dan dimengerti oleh masyarakat, iklan menampilkan wanita dengan berbagai gambaran wanita muslim. Tujuan peneliti adalah untuk mengetahui, menjelaskan, memahami makna representasi wanita muslim dalam iklan televisi shampo Rejoice Hijab 3in1 Aku #Hijabisa. Metode penelitian ini menggunakan analisis semiotika teori Roland Barthes dengan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti, diketahui makna representasi wanita muslim, wanita muslim yang terlihat cantik luar dan dalam, wanita muslim yang santun, wanita muslim yang selalu bersyukur, wanita muslim ingin setara dengan laki-laki.

Kata kunci: Iklan, Representasi, Semiotika, Wanita Muslim, Rejoice Hijab 3in1

## **ABSTRACT**

*Advertising is one of the communication media aimed at promoting certain goods or products. Nowadays, advertisements for products featuring hijab women are starting to appear, because these products are specifically for hijab women. One of them is Rejoice Hijab 3in1 Aku #Hijabisa advertisement, besides aiming to promote the product and also to campaign for the encouragement of wearing the hijab. The ad campaigns for wearing the hijab will not be uncomfortable and can still be active. So that the message to be conveyed is easily digested and understood by the public, advertisements show women with various depictions of Muslim women. The aim of the researcher is to find out, explain, understand the meaning of Muslim women's representation in the television advertisement of Rejoice Hijab 3in1 Aku #Hijabisa. This research method uses the semiotic analysis of Roland Barthes's theory with observation and documentation data collection techniques. Based on the results of the analysis conducted by researchers, it is known the meaning of representation of Muslim women, Muslim women who look beautiful inside and out, polite Muslim women, Muslim women who are always grateful, Muslim women want to be equal to men.*

**Keywords:** *Advertising, Representation, Semiotics, Muslim Women, Hijab Rejoice 3in1*