

ABSTRAK

Iklan dukacita Habibie yang ditemukan dalam Surat Kabar Republika merupakan salah satu iklan yang digunakan untuk menginformasikan dan memberitahukan. Penelitian yang berjudul “Representasi Citra Diri pada Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Iklan Dukacita B.J. Habibie dalam Surat Kabar Republika)” ini menganalisis bagaimana representasi citra diri Habibie dilihat melalui sebuah iklan dukacita. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra diri Habibie melalui iklan dukacita yang dilihat melalui tiga konsep yaitu konsep denotasi, konsep konotasi dan mitos dalam Semiotika Roland Barthes. Untuk mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan paradigma kritis dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan analisis Semiotika Roland Barthes. Fokus yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra diri Habibie dalam iklan dukacita.

Hasil penelitian ini adalah citra diri Habibie terlihat melalui tanda yang ada dalam iklan. Tanda-tanda tersebut yaitu baju koko, peci, kacamata, pesawat kertas dan teks yang ada dalam iklan. Tanda-tanda tersebut akan dianalisis melalui makna denotasi, konotasi, dan mitos. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu Habibie direpresentasikan sebagai orang Indonesia yang religius dan taat beragama, Habibie terlihat sudah tua dan memiliki sifat yang ramah terhadap orang, dan Habibie merupakan seorang cendekiawan atau sering disebut dengan Bapak Teknokrat. Beliau merupakan orang yang pemikir, pekerja keras, disiplin dan pantang menyerah.

Kata kunci : Representasi, Citra Diri, Iklan, Semiotika Roland Barthes