

**ABSTRAK**

Judul : Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Dalam Iklan Implora Lip Cream Matte #ApprovedByMe Versi Aurelie Moeremans  
Nama : Marietha Angelia Silvia Lirung  
Program Studi : S1 Komunikasi Pemasaran

Terdapat fenomena yang terjadi saat ini kepada wanita-wanita yang merasa tidak percaya diri dengan dirinya dikarenakan standar kecantikan yang ada dan dapat disebut dengan *insecurity*. Kemudian Implora keluar dengan iklan *Implora Cosmetics Lip Cream Matte Approved By Me* versi Aurelie Moeremans yang menyuarakan akan kepercayaan diri seorang wanita agar cantik sesuai dengan yang dia mau tanpa perlu terpaku akan standar kecantikan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna pesan iklan berdasarkan *sinsigns*, *icon* dan *dicisign* sehingga dapat ditemukan makna tersirat di dalam iklan yang diperankan oleh Aurelie Moeremans. Penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan Teori Semiotika Charles Sanders Pierce dan paradigma konstruktivis metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa iklan ini terdapat makna mengenai karakter wanita yang beragam yang berasal dari makna *Sinsign*, mengenal diri sendiri yang berasal dari makna *Icon* serta keunggulan yang terdapat di produk Implora Lip Cream Matte yang berasal dari makna *Dicisign*. Sehingga dapat ditemukan kesimpulan bahwa dengan menggunakan salah satu produk Implora yang memiliki 12 macam warna dan keunggulan yang baik bagi bibir, maka akan menjadikan diri anda sebagai wanita yang memiliki karakter, daya tarik, kesan percaya diri dan lebih mengenal diri sendiri sehingga dapat memunculkan aura kecantikan yang dimiliki oleh tiap wanita serta dapat memilih standar nya sendiri tanpa perlu terpaku akan standar kecantikan yang sudah ditetapkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan salah satu produk Implora yang memiliki 12 macam warna dan keunggulan yang baik bagi bibir, maka akan menjadikan diri anda sebagai wanita yang memiliki karakter, daya tarik, kesan percaya diri dan lebih mengenal diri sendiri sehingga dapat memunculkan aura kecantikan yang dimiliki oleh tiap wanita serta memilih standar nya sendiri tanpa perlu terpaku akan standar kecantikan yang ada.

**Kata kunci :** Komunikasi, Periklanan, Semiotika, Implora.