

ABSTRAK

Nama : Vaya Vanessa / 201152089
Judul : Representasi Wanita Modern dalam Iklan Es Krim:
Analisis Semiotika Terhadap Brand Magnum Versi “*Taste the Classic*”
Jumlah Halaman : 127 halaman
Kata Kunci : Modernisme dalam komunikasi, Komunikasi Massa,
Wanita Modern, Iklan Televisi, Semiotika
Daftar Pustaka : 26 buku dan 4 sumber lain

Penulisan ini dimaksudkan sebagai skripsi atau tugas akhir penulis dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi yakni mengangkat tentang Representasi Wanita Modern dalam Iklan Es Krim: Analisis Semiotika Terhadap Brand Magnum Versi “*Taste the Classic*”. Skripsi ini membahas mengenai perilaku wanita modern dengan menggunakan analisis semiotika. Penulis menggunakan analisis semiotika model Charles Sander Peirce untuk menganalisa dan menginterpretasi pesan dan makna yang terdapat dalam adegan-adegan iklan tersebut. Berdasarkan dengan apa yang penulis telah kerjakan dalam skripsi atau tugas akhir ini dapat disimpulkan bahwa, *interpretant* secara keseluruhan iklan Magnum versi “*taste the classic*” menunjukkan bahwa judul dalam iklan sesuai dengan apa yang di tampilkan di setiap adegannya. Selain itu Devika Hoorne sebagai *brand ambassador* berhasil menginterpretasikan iklan magnum versi “*Taste the Classic*” dengan apa yang ditampilkan pada setiap adegannya. Devika Hoorne berhasil menampilkan sosok wanita *modern* yang mendefinisikan es krim Wall’s Magnum versi “*Taste the Classic*”.