



ABSTRAK

REPRESENTASI BUDAYA TRADISIONAL INDONESIA PADA IKLAN YOU C1000 VERSI 20TH ANNIVERSARY WITH SHEYNNIS PALACIOS MISS UNIVERSE 2023

Desak Ketut Apriani
5211711270

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana budaya tradisional Indonesia direpresentasikan dalam iklan You C1000 versi 20th Anniversary with Sheyannis Palacios Miss Universe 2023. Iklan berdurasi satu menit ini menampilkan unsur-unsur budaya Indonesia seperti pakaian adat, tari tradisional, alat musik daerah, hingga kuliner khas yang divisualisasikan dalam suasana meriah dan penuh warna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes yang mencakup tiga tahapan makna: denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanda-tanda budaya yang ditampilkan tidak hanya sekadar elemen estetika, tetapi juga membawa makna simbolik yang memperkuat identitas budaya tradisional sebagai budaya nasional Indonesia. Kehadiran Sheyannis Palacios sebagai ikon global juga memperkuat mitos universal bahwa budaya tradisional Indonesia memiliki daya tarik yang mendunia. Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media promosi produk, tetapi juga sebagai sarana memperkenalkan budaya yang menyampaikan pesan tentang kekayaan, keberagaman, nilai-nilai luhur dan daya tarik budaya tradisional Indonesia kepada khalayak global

Kata Kunci: Budaya Tradisional, Iklan, Representasi, Semiotika Roland Barthes

ABSTRACT

REPRESENTATION OF INDONESIAN TRADITIONAL CULTURE IN THE YOU C1000 20TH ANNIVERSARY ADVERTISEMENT WITH SHEYNNIS PALACIOS, MISS UNIVERSE 2023

Desak Ketut Apriani
5211711270

This research aims to find out how Indonesian traditional culture is represented in the You C1000 20th Anniversary commercial featuring Sheynnis Palacios, Miss Universe 2023. This one-minute advertisement highlights Indonesian cultural elements such as traditional attire, dances, musical instruments, and culinary delights portrayed in a festive and vibrant setting. The study employs a descriptive qualitative approach using Roland Barthes' semiotic analysis method, which includes the levels of denotation, connotation, and myth. The findings show that the cultural symbols presented are not merely aesthetic elements but also carry symbolic meanings that strengthen the national cultural identity. The presence of Sheynnis Palacios as a global icon reinforces the myth that Indonesian traditional culture holds universal appeal. This study concludes that the advertisement functions not only as a medium for product promotion, but also as a means of cultural introduction that conveys messages about the richness, diversity, noble values, and appeal of Indonesia's traditional culture to a global audience.

Keywords: *Traditional Culture, Advertisement, Representation, Roland Barthes Semiotics*