**ABSTRAK**

**REPRESENTASI CANTIK WANITA MUSLIMAH PADA IKLAN WARDAH**

**(STUDI ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN WARDAH *EXCLUSIVE SERIES* VERSI DEWI SANDRA)**

Novana Dwi Urbaningrum

5161711021

Iklan berlomba-lomba untuk melakukan tembusan kedalam ruang bawah sadar terhadap para perempuan. Perasukan pesan-pesan iklan bersifat halus, tidak terasa, tidak terlihat memaksa tetapi justru mempesona, memberikan mimpi, memberikan fantasi, dan terkesan memberikan solusi. Wardah sendiri menampilkan model-model iklan dengan mayoritas memakai hijab atau penutup kepala hal ini sesuai dengan visi dari wardah memenuhi kebutuhan kosmetik yang halal, dalam setiap iklannya wardah berusaha untuk selalu menampilkan kecantikan dari tiap sudut sisi yang berbeda-beda pada tiap model iklan dan seriesnya. Tujuan penelitian ini representasi cantik Muslimah pada iklan Wardah *Exclusive Series* versi Dewi Sandra. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini dapat dilihat berdasarkan Tanda kecantikan Muslimah ditandai dengan penampilan model iklan yang menggunakan jilbab dipadukan dengan penampilan yang stylish serta penggunaan kosmetik sesuai dengan latar belakang kota Paris yang menawan. Kepercayaan diri perempuan tidak muncul dengan sendirinya,kepercayaan diri seorang wanita jauh lebih maksimal ketika ditunjang oleh penampilan fisik.

**Kata Kunci:** Cantik Muslimah, Iklan Wardah *Exclusive Series* Versi Dewi Sandra, Semiotika Roland Barthes

# *ABSTRACT*

***BEAUTY REPRESENTATION OF MOSLEM WOMEN IN WARDAH***

***(THE STUDY OF SEMIOTIC ANALYSIS OF WARDAH EXCLUSIVE SERIES DEWI SANDRA VERSION)***

*Novana Dwi Urbaningrum   
5161711021*

*Advertisements compete to penetrate the subconscious of women. Possession of advertising messages is subtle, does not feel, does not look forced but instead fascinates, gives dreams, gives fantasy, and seems to provide solutions. Wardah himself displays advertising models with the majority wearing hijab or head coverings, this is in accordance with Wardah's vision of meeting the needs of halal cosmetics, in each of his advertisements Wardah tries to always display beauty from different angles in each advertising model and series. . The purpose of this study is to represent the beautiful Muslimah in the Wardah Exclusive Series advertisement by Dewi Sandra. The research method used is descriptive qualitative method. The results of this study can be seen based on the sign of Muslimah beauty which is characterized by the appearance of an advertising model who uses the hijab combined with a stylish appearance and the use of cosmetics in accordance with the charming background of the city of Paris. Women's self-confidence does not appear by itself, a woman's self-confidence is much more optimal when it is supported by physical appearance.*

***Keywords:*** *Beautiful Muslimah,Wardah Exclusive Series Advertisement by Dewi Sandra,Semiotics of Roland Barthes*