

**CITRA WANITA MUSLIMAH DALAM IKLAN  
DI TELEVISI  
(Analisis Semiotika terhadap Iklan Sampo Rejoice  
dan Sampo Sunsilk)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

**Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**

Oleh :

**ANITA  
121211028**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG  
2016**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 5 (lima) eksemplar  
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi**  
UIN walisongo  
Di Semarang

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Anita  
NIM : 121211028  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan/ Konsentrasi: KPI/Televisi Dakwah  
Judul : **CITRA WANITA MUSLIMAH DALAM IKLAN DI  
TELEVISI (Analisis Semiotika terhadap Iklan Sampo  
Rejoice dan Sampo Sunsilk)**

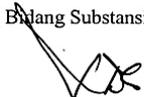
Dengan ini telah kami setujui, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 16 November 2016

Pembimbing,  
Bidang Metodologi dan tata Tulis

Bidang Substansi Materi

  
**DR. Hj. Siti Sholikhati, M.A**  
NIP. 19631017 199103 2 001

  
**Maya Rini Handayani, M.Kom**  
NIP. 19760505 201101 2 007

## PENGESAHAN SKRIPSI

### CITRA WANITA MUSLIMAH DALAM IKLAN DI TELEVISI (Analisis Semiotika terhadap Iklan Sampo Rejoice dan Sampo Sunsilk)

Disusun Oleh:

ANITA

121211028

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 19 Desember 2016 dan dinyatakan lulus memenuhi  
syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji:

Ketua/Penguji I

Sekretaris/Penguji II

Dr. H. Najahan Musyafak, M.A

NIP.19701020 199503 1001

Penguji III

Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A.

NIP. 19631017 199103 2 001

Penguji IV

Dr. H. Ahmad Anas, M. Ag.

NIP. 19660513 199303 1 002

Pembimbing I

Ahmad Faqih, S.Ag, M.Si

NIP. 19730308 199703 1 004

Pembimbing II

Dr. Hj. Siti Sholihati, M.A.

NIP. 19631017 199103 2 001

Maya Rini Handayani, M.Kom

NIP. 19760505 201101 2 007

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 24 November 2016

Peneliti,



**ANITA**  
**NIM. 121211028**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT, Tuhan yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada peneliti. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan dan menyusun skripsi yang berjudul “**CITRA WANITA MUSLIMAH DALAM IKLAN DI TELEVISI (Analisis Semiotika terhadap Iklan Sampo Rejoice dan Iklan Sampo Sunsilk)**” dengan lancar.

Sholawat serta salam selalu tucurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW pembawa rahmat bagi umat. Nabi akhir zaman yang menjadi panutan bagi seluruh umat Islam dan menjadi suri teladan bagi kita semua. Semoga kita menjadi makhluk yang kelak mendapatkan syafaatnya.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, selain dari hasil pemikiran dan kemauan peneliti menyisihkan waktu guna terselesaikannya skripsi ini. Peneliti juga menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi mulai dari awal proses penulisan hingga akhir penulisan tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Yang terhormat Prof. Dr. H. Muhibin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Awaludin Pimay, Lc. M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu DR. Hj. Siti Sholihati, M.A., selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus pembimbing bidang substansi materi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini. Serta Bapak Nur Cahyo Hendro Wibowo, S.T., M.Kom selaku Sekretaris jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

5. Ibu Maya Rini handayani M.Kom., selaku dosen pembimbing bidang Metodologi dan Tatatulis yang tulus ikhlas meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti hingga penyusunan skripsi ini selesai.
6. Bapak Drs. H. Fachrur Razi, M.Ag., selaku Dosen Wali peneliti.
7. Semua dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu serta membimbing peneliti semasa kuliah.
8. Semua pegawai Fakultas Dakwah dan komunikasi yang dengan sabar melayani dan membantu peneliti dalam segala urusan selama menjadi mahasiswa.
9. Ayahanda Suyat dan Ibunda Rusmini, orang tua terhebat yang pernah peneliti miliki. Orang tua yang tak pernah lelah dalam memberikan semangat, nasehat dan do'a agar kelak aku menjadi orang yang hebat dan tumbuh menjadi insan yang mandiri dan selalu memperbaiki diri. Ridhamu adalah langkah dan semangat awal untuk meraih cita-cita. Terima kasih atas perjuangan dan pengorbanan yang kalian lakukan sehingga peneliti bisa menempuh pendidikan yang tinggi.
10. Adik perempuanku, Niken Astuti yang selalu memberikan semangat dan menghiburku saat peneliti di rumah. Teruslah belajar dek, agar kelak menjadi orang hebat kebanggaan bapak dan ibu.
11. Teman-teman KPI angkatan 2012, khususnya KPI A, kalian membuat suasana menjadi ramai dan memberikan semangat untuk menjalani pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
12. Teman-teman seperjuangan di posko 62 KKN angkatan 66 UIN Walisongo Semarang di desa Gadu Kecamatan Gunungwungkal Kabupaten Pati. Terima kasih atas 45 hari yang berkesan yang kalian berikan kepadaku.
13. Semua pihak yang tak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Kepada kalian semua yang tak bisa peneliti balas dukungan dan motivasinya. Hanya ucapan terima kasih, permohonan maaf peneliti kepada kalian semua dan memanjatkan do'a. Semoga kebaikan kalian dibalas berlipat ganda Oleh Allah SWT.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan rendah hati peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk kepada kita semua agar selalu menjadi hamba-Nya yang selalu dalam lindungan-Nya.

Akhir kata, peneliti hanya bisa berdo'a semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua serta menambah wawasan keilmuan.

Semarang, 24 November 2016

Peneliti,

ANITA  
NIM. 121211028

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rendah hati, hasil karya sederhana yang berjalan bersama usaha dan do'a ini saya persembahkan untuk:

1. Yang tercinta Ayahanda Suyat dan Ibunda Rusmini. Orang tua terhebat yang Allah berikan kepada saya. Kalian yang selalu memberikan semangat, nasehat, dukungan saat sedang mengalami masalah. Perjuangan dan pengorbanan kalian dalam menyekolahkanku sampai ke jenjang perguruan tinggi dengan harapan anakmu menjadi orang hebat yang tidak akan diremehkan orang lain. Serta Do'a yang tak henti-hentinya kalian panjatkan untuk keberhasilanku. Saya bangga dilahirkan, dibesarkan dan dididik oleh Orang tua seperti kalian. Terima kasih kuucapkan, maaf jika selama ini anakmu ini masih belum bisa membahagiakan kalian.
2. Adik perempuanku terkasih dan tercinta Niken Astuti yang selalu memberi semangat dan menghiburku. Semangat ya dek, jadilah orang yang berguna. Terus belajar, agar kelak menjadi orang yang hebat agar bisa membuat bapak dan ibu bangga.
3. Teman-teman KPI angkatan 2012, khususnya KPI A. Kalian yang membuat suasana menjadi ramai, kalian yang berisik, kalian yang jahil. Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.
4. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.

## MOTTO

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ  
وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ خُمُرَهُنَّ  
عَلَىٰ جُيُوبِهِنَّ ...

“Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka Menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya..."

(QS. An-Nuur 31)

## ABSTRAKSI

Nama: Anita 121211028, **CITRA WANITA MUSLIMAH DALAM IKLAN DI TELEVISI (Analisis Semiotika terhadap Iklan Sampo Rejoice dan Sampo Sunsilk)**. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo Semarang

Penelitian ini berawal dari ketertarikan peneliti pada periklanan yang ditayangkan di televisi. Keberhasilan iklan tidak terlepas dari strategi dan teknik penyampaian pesan. Salah satunya dengan menggunakan wanita sebagai objek dalam iklan. Banyak sekali iklan di televisi yang menjadikan wanita sebagai objek dalam iklan. Visualisasi tentang wanita dalam iklan dimanfaatkan untuk menggaet konsumen di tengah-tengah pasar yang sangat tajam persaingannya. Untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti, dijabarkan dua rumusan masalah sebagai berikut, pertama apa makna pesan iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana dan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ? Dan kedua bagaimana wanita muslimah dicitrakan dalam iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana dan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ?. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna pesan dan bagaimana wanita muslimah dicitrakan dalam iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana dan sampo Sunsilk versi Carla Rizki. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif interpretatif dengan pendekatan analisis semiotika Roland Barthes. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana dan sampo Sunsilk versi Carla Rizki* adalah kedua produk sampo yang mengerti tentang wanita, khususnya wanita berhijab. Iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana dan sampo Sunsilk versi Carla Rizki memberikan gambaran terkait wanita muslimah. Kedua iklan memberikan asumsi bahwa wanita muslimah adalah wanita yang bertutur kata lembut. Sifat feminim harus ada pada setiap wanita muslimah, karena itulah yang membedakan antara wanita muslimah dengan wanita umum lainnya. Kedua iklan menunjukkan sifat sederhana harus ada pada wanita muslimah. Kedua iklan juga mengasumsikan wanita muslimah bebas berkarya sesuai kemampuan dan kodratnya. Islam tidak melarang wanita beraktifitas di luar rumah. Kesempatan berpartisipasi di luar

rumah juga dianjurkan untuk wanita. Iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana dan sampo Sunsilk versi Carla Rizki mencitrakan wanita dalam setiap objek iklannya, yaitu citra pigura dan citra pergaulan. Kedua iklan menampilkan pencitraan tentang wanita muslimah yang beragam, akan tetapi dalam kedua iklan sampo tersebut menghasilkan identitas yang sama, yaitu tentang wanita muslimah.

**Kata kunci:** wanita muslimah, iklan sampo dan semiotik Roland Barthes

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>               | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN NOTA PEMBIMBING .....</b>     | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>          | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>          | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>              | <b>v</b>    |
| <b>PERSEMBAHAN .....</b>                 | <b>viii</b> |
| <b>MOTTO .....</b>                       | <b>ix</b>   |
| <b>ABSTRAKSI .....</b>                   | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>               | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                | <b>xvii</b> |
| <br>                                     |             |
| <b>BAB I        PENDAHULUAN</b>          |             |
| A. Latar Belakang .....                  | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....                 | 8           |
| C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....   | 8           |
| D. Tinjauan Pustaka .....                | 9           |
| E. Metode Penelitian .....               | 15          |
| 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian ..... | 15          |
| 2. Definisi Konseptual .....             | 17          |
| 3. Sumber dan Jenis Data .....           | 18          |
| 4. Teknik Pengumpulan Data .....         | 19          |
| 5. Teknik Analisis Data .....            | 20          |
| F. Sistematika Penulisan Skripsi.....    | 23          |

|                |  |    |
|----------------|--|----|
| <b>BAB II</b>  | <b>KERANGKA TEORI</b>                                    |    |
| A.             | Citra Wanita Muslimah .....                              | 25 |
| 1.             | Citra .....  | 25 |
| 2.             | Wanita Muslimah .....                                    | 30 |
| B.             | Iklan .....  | 43 |
| 1.             | Tinjauan Tentang Iklan .....                             | 43 |
| a.             | Pengertian Iklan .....                                   | 43 |
| b.             | Jenis-jenis Iklan .....                                  | 46 |
| c.             | Elemen-elemen Iklan .....                                | 53 |
| 2.             | Strategi dan Efektifitas Iklan di Televisi               | 57 |
| 3.             | Kekuatan dan kelemahan iklan di Televisi                 | 60 |
| 4.             | Teknik Pengambilan Gambar dalam Iklan                    | 62 |
| C.             | Teori Semiotika Roland Barthes .....                     | 66 |
| <b>BAB III</b> | <b>GAMBARAN UMUM IKLAN SAMPO REJOICE<br/>DAN SUNSILK</b> |    |
| A.             | Deskripsi Produk .....                                   | 70 |
| 1.             | Sampo Rejoice .....                                      | 70 |
| 2.             | Sampo Sunsilk .....                                      | 71 |
| B.             | Deskripsi Iklan Sampo .....                              | 77 |
| 1.             | Iklan Sampo Rejoice versi Citra Kirana                   | 77 |
| 2.             | Iklan Sampo Sunsilk versi Carla Rizki                    | 80 |
| C.             | Visualisasi Iklan Sampo .....                            | 82 |
| 1.             | Iklan Sampo Rejoice versi Citra Kirana                   | 82 |
| 2.             | Iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki                    | 91 |

**BAB IV ANALISIS MAKNA PESAN DAN CITRA WANITA MUSLIMAH DALAM IKLAN SAMPO REJOICE DAN SUNSILK**

A. Makna Pesan Iklan Sampo Rejoice dan Sunsilk dalam Memunculkan Citra Wanita Muslimah 103

1. Iklan Sampo Rejoice versi Citra Kirana 104

    a. Scene 1 ..... 104

    b. Scene 2 ..... 108

    c. Scene 3 ..... 115

2. Iklan Sampo Sunsilk versi Carla Rizki 122

    a. Scene 1 ..... 122

    b. Scene 2 ..... 125

    c. Scene 3 ..... 136

    d. Scene 4 ..... 141

B. Citra Wanita Muslimah dalam Iklan Sampo Rejoice dan Sampo Sunsilk ..... 143

1. Iklan Sampo Rejoice versi Citra Kirana 143

2. Iklan Sampo Sunsilk versi Carla Rizki 146

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan ..... 150

B. Saran ..... 152

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**BIODATA**

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1: Peta tanda Roland Barthes .....                            | 22 |
| Gambar 2: Model pembentukan Citra pengalaman mengenai stimulus ..... | 26 |
| Gambar 3: Signifikasi dua tahap Barthes .....                        | 67 |
| Gambar 4: <i>Scene</i> 1 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana      | 83 |
| Gambar 5: <i>Scene</i> 1 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana      | 83 |
| Gambar 6: <i>Scene</i> 2 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana      | 84 |
| Gambar 7: <i>Scene</i> 2 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana      | 84 |
| Gambar 8: <i>Scene</i> 2 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana      | 85 |
| Gambar 9: <i>Scene</i> 2 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana      | 86 |
| Gambar 10: <i>Scene</i> 2 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana     | 86 |
| Gambar 11: <i>scene</i> 3 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana     | 87 |
| Gambar 12: <i>scene</i> 3 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana .   | 88 |
| Gambar 13: <i>scene</i> 3 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana     | 89 |
| Gambar 14: <i>scene</i> 3 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana     | 89 |
| Gambar 15: <i>scene</i> 3 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana     | 90 |
| Gambar 16: <i>scene</i> 1 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ..   | 91 |
| Gambar 17: <i>scene</i> 1 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ..   | 92 |
| Gambar 18: <i>scene</i> 1 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ..   | 92 |
| Gambar 19: <i>scene</i> 1 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ..   | 93 |
| Gambar 20: <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ..   | 94 |
| Gambar 21: <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ...  | 94 |
| Gambar 22: <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ..   | 95 |
| Gambar 23: <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .    | 96 |

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 24: <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .. | 96  |
| Gambar 25: <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .  | 97  |
| Gambar 26: <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .. | 98  |
| Gambar 27: <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .. | 98  |
| Gambar 28: <i>scene</i> 3 iklan Sampo Sunsilk versi Carla Rizki .  | 99  |
| Gambar 29: <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .. | 100 |
| Gambar 30: <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .. | 100 |
| Gambar 31: <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .. | 101 |
| Gambar 32: <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .. | 101 |
| Gambar 33: <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki... | 101 |
| Gambar 34: <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .. | 102 |

## DAFTAR TABEL

|           |  |     |
|-----------|--|-----|
| Tabel 1:  | <i>scene</i> 1 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana ...                        | 101 |
| Tabel 2:  | penanda dan pertanda <i>scene</i> 1 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana ..... | 105 |
| Tabel 3:  | analisis makna <i>scene</i> 1 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana .....       | 105 |
| Tabel 4:  | <i>scene</i> 2 ikan sampo Rejoice versi Citra Kirana ....                        | 108 |
| Tabel 5:  | penanda dan pertanda <i>scene</i> 2 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana ..... | 110 |
| Tabel 6:  | analisis makna <i>scene</i> 2 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana .....       | 111 |
| Tabel 7:  | <i>scene</i> 3 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana ...                        | 115 |
| Tabel 8:  | penanda dan pertanda <i>scene</i> 3 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana ..... | 117 |
| Tabel 9:  | analisis makna <i>scene</i> 3 iklan sampo Rejoice versi Citra Kirana .....       | 117 |
| Tabel 10: | <i>scene</i> 1 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ....                        | 122 |
| Tabel 11: | penanda dan pertanda <i>scene</i> 1 iklan sampo Sunsilk versi cara Rizki .....   | 123 |
| Tabel 12: | analisis makna <i>scene</i> 1 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki.....         | 123 |
| Tabel 13: | <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ....                        | 125 |
| Tabel 14: | penanda dan pertanda <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .....  | 131 |
| Tabel 15: | analisis makna <i>scene</i> 2 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .....        | 132 |
| Tabel 16: | <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ....                        | 136 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 17: penanda dan pertanda <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ..... | 138 |
| Tabel 18: analisis makna <i>scene</i> 3 iklan sampo Sunsilk versi cara Rizki .....        | 138 |
| Tabel 19: <i>scene</i> 4 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .....                      | 141 |
| Tabel 20: penanda dan pertanda <i>scene</i> 4 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki ..... | 142 |
| Tabel 21: analisis makna <i>scene</i> 4 iklan sampo Sunsilk versi Carla Rizki .....       | 142 |