

# ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES TERHADAP IKLAN PANTENE *MIRACLES HAIR SUPPLEMENT* YANG DIBINTANGI KEANU AGL

Dhea Octavia

<sup>1</sup> Universitas Buddhi Dharma

<sup>1</sup> Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang

<sup>1</sup>deoct10@gmail.com

## ABSTRAK

Kata Kunci:  
Semiotika  
Roland Barthes  
Iklan  
Pantene  
Keanu

Article history:  
Received:  
11 November 2025  
Accepted:  
20 November 2025  
Available online:  
15 January 2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam iklan *Pantene Miracles Hair Supplement* yang dibintangi Keanu, menggunakan pendekatan Semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif, dimana data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap iklan yang ditayangkan di YouTube pada tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara denotatif, iklan menampilkan transformasi kondisi rambut Keanu dari rusak menjadi sehat dan berkilau setelah menggunakan produk Pantene. Secara konotatif, perubahan tersebut merepresentasikan pemulihan energi, semangat, dan kualitas diri melalui perawatan rambut. Sedangkan pada tataran mitos, adanya keyakinan bahwa untuk memiliki rambut yang sehat dan terawat, seseorang perlu menggunakan produk Pantene. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian semiotika iklan, khususnya dalam memahami bagaimana pesan visual dan verbal membentuk persepsi khalayak

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the denotative, connotative, and mythical meanings in the Pantene Miracles Hair Supplement advertisement starring Keanu, using Roland Barthes' semiotic approach. This study uses a qualitative method with descriptive analysis, where data is obtained through observation and documentation of advertisements aired on YouTube in 2022. The results show that denotatively, the advertisement depicts the transformation of Keanu's hair from damaged to healthy and shiny after using Pantene products. Connotatively, this change represents the restoration of energy, spirit, and self-esteem through hair care. Mythically, there is a belief that in order to have healthy and well-maintained hair, one needs to use Pantene products. This study is expected to contribute to the study of advertising semiotics, particularly in understanding how visual and verbal messages shape audience perception.*

## I. PENDAHULUAN

Komunikasi pada dasarnya merupakan proses pertukaran makna yang melibatkan partisipan, pesan, dan media. Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari kata Latin *communicatio* yang berarti "sama" atau "berbagi" (Yusuf, 2021). Dalam perkembangannya, media massa menjadi bagian penting dari praktik komunikasi, terlebih sejak hadirnya media baru yang memungkinkan interaksi lebih partisipatif. Media baru menggeser pola komunikasi satu arah menjadi dua arah bahkan multi-arah, sebagaimana terlihat pada platform digital seperti *YouTube* yang menghadirkan komunikasi interaktif dan personal (Luik, 2020).

Media sosial sebagai wujud nyata media baru kini menjadi ruang utama masyarakat modern untuk berbagi informasi, menciptakan konten, sekaligus membentuk opini publik. Kehadirannya tidak

hanya memengaruhi perilaku komunikasi, tetapi juga membentuk tren budaya yang berkembang secara masif (Rachmad, 2023). Salah satu implikasi signifikan media sosial adalah dalam bidang periklanan. Iklan, sebagai bentuk komunikasi persuasif, kini tidak hanya ditampilkan melalui televisi atau media konvensional, melainkan memanfaatkan platform digital seperti YouTube yang menawarkan jangkauan luas, segmentasi audiens, serta interaktivitas (Andrian et al., 2024).

YouTube, dengan basis pengguna lebih dari satu miliar orang, telah menjadi sarana utama bagi *brand* untuk menyampaikan pesan produk. Format iklan yang variatif baik *skippable ads*, *non-skippable ads*, maupun *bumper ads* memberikan peluang besar bagi pengiklan menjangkau target audiens secara efektif (Ilma et al., 2022). Pantene sebagai salah satu merek perawatan rambut global memanfaatkan platform ini untuk meluncurkan iklan *Pantene Miracles Hair Supplement* yang dibintangi Keanu Agl. Iklan ini menarik perhatian karena menampilkan Keanu yang lekat dengan gaya hidup ekspresif dan autentik. Hingga saat penelitian dilakukan, iklan ini telah ditonton lebih dari 131 juta kali dan mendapatkan respons positif dari audiens.

Untuk menyingkap makna visual dan simbolik dalam iklan tersebut, semiotika menjadi pendekatan yang relevan. Semiotika mempelajari tanda serta proses pemaknaan yang melibatkan penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Roland Barthes mengembangkan model semiotika Saussure dengan menambahkan lapisan konotasi dan mitos. Menurut Barthes, denotasi adalah makna literal, sementara konotasi mengandung nilai ideologis yang lahir dari budaya dan pengalaman. Konotasi yang mengakar kemudian dapat membentuk mitos, yakni ideologi yang ditampilkan seolah-olah sebagai kebenaran alamiah (Hoed, 2014).

Roland Barthes adalah seorang pemikir strukturalis yang mengadopsi teori Semiotik dari Saussure. Barthes dikenal sebagai tokoh yang memiliki peran penting dalam perkembangan strukturalisme pada tahun 1960-an dan 1970-an. Menurutnya, bahasa merupakan sistem tanda yang mencerminkan asumsi-asumsi yang berlaku dalam suatu masyarakat pada waktu tertentu. Sistem pemaknaan, menurut Barthes, terdapat dua jenis sistem pemaknaan, yaitu konotatif dan denotatif. Konotasi, meskipun merupakan sifat alami suatu tanda, memerlukan partisipasi aktif dari pembaca agar dapat berfungsi dengan baik. Barthes menjelaskan secara mendalam tentang sistem pemaknaan pada tataran kedua, yang dibangun di atas sistem yang sudah ada sebelumnya. Sastra adalah contoh yang paling jelas dari sistem pemaknaan tataran kedua, yang dibangun di atas bahasa sebagai sistem pertama. Sistem kedua ini, yang disebut Barthes sebagai konotatif, dalam karya *Mythologies*nya secara tegas dibedakan dari sistem pertama, yaitu denotatif atau sistem pemaknaan dasar (Nasirin & Pithaloka, 2022, p. 31).

Ketertarikan penulis muncul dari keunikan penggunaan figur publik seperti Keanu dalam iklan ini, serta bagaimana elemen semiotik dapat mengungkap makna yang lebih dalam di balik visual dan narasi iklan yang ditayangkan di YouTube. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggali makna-makna tersembunyi di balik tanda-tanda visual dan narasi yang ditampilkan dalam iklan, khususnya dalam konteks iklan *Pantene Miracles Hair Supplement* yang dibintangi Keanu. Penelitian ini menggunakan metode semiotika Roland Barthes dengan harapan dapat membantu penulis dalam menganalisis bagaimana pesan dan simbol dalam iklan tersebut disampaikan dan diterima oleh audiens.

## II. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan membangun pengetahuan berdasarkan perspektif konstruktif misalnya, makna yang muncul dari pengalaman individu, nilai sosial, dan konteks Sejarah atau berdasarkan perspektif partisipatif, seperti orientasi terhadap isu politik, kolaborasi,

atau perubahan, atau bahkan gabungan keduanya. Dalam penelitian kualitatif, peneliti membangun pengetahuan melalui interpretasi dengan mengacu pada berbagai perspektif dan informasi apa adanya dari subjek penelitian. Berbagai sumber data, seperti catatan observasi, wawancara, pengalaman individu, dan dokumen sejarah, dapat digunakan untuk mendukung proses interpretasi tersebut (Fiantika et al., 2022, p. 4).

Penelitian kualitatif dirancang untuk memahami fenomena tertentu, seperti perilaku, persepsi, motivasi, atau tindakan subjek penelitian, yang dideskripsikan secara holistik menggunakan kata-kata untuk menggambarkan kondisi sebenarnya. Data yang diperoleh diolah menggunakan metode kualitatif dengan analisis bersifat induktif. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada pemahaman makna daripada pada generalisasi (Fiantika et al., 2022, p. 5).

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif yang bertujuan untuk menganalisis identitas Keanu Agl dalam iklan *Pantene Miracles Hair Supplement* dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Penelitian kualitatif ini akan menggali makna yang terkandung dalam simbol-simbol visual dan narasi yang ada pada iklan ini melalui karakter Keanu Agl. Subjek penelitian ini merupakan individu yang akan menjadi fokus atau objek dari suatu penelitian. Pada penelitian ini yang akan menjadi subjek penelitian adalah Keanu Agl dalam iklan *Pantene Miracles Hair Supplement*.

Dalam penelitian kualitatif, penulis berperan sebagai instrumen utama (*human instrument*) sehingga diperlukan pengetahuan teori dan wawasan yang luas agar mampu bertanya, menganalisis, menggambarkan, dan membangun pemahaman terhadap situasi sosial yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, yakni menggabungkan berbagai teknik secara bersamaan, untuk memperoleh informasi yang lebih luas dan mendalam. Analisis data dilakukan secara induktif, dimulai dari fakta-fakta di lapangan, kemudian dikonstruksi menjadi hipotesis atau teori. Tujuan utama penelitian kualitatif adalah mendapatkan data yang kaya akan makna, di mana makna tersebut merupakan inti dari data yang sebenarnya dan mencerminkan nilai di balik fenomena yang tampak. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan generalisasi, melainkan pada pemahaman makna; konsep generalisasi dalam konteks ini dikenal sebagai transferabilitas (Sugiyono, 2013, pp. 8–9).

Adapun empat tahap yang akan dilakukan dalam pengumpulan data penelitian ini, yaitu :

**1. Observasi Visual Awal (Penayangan Iklan secara Utuh)**

Tahap pertama, peneliti akan menonton iklan *Pantene Miracles Hair Supplement* yang dibintangi Keanu secara menyeluruh untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap keseluruhan narasi, visual, dan simbol yang terdapat dalam iklan. Proses ini bertujuan untuk mengenali tanda-tanda atau elemen semiotik yang muncul sebelum dilakukan analisis lebih mendalam.

**2. Penyimak Mendalam dan Pencatatan Tanda**

Tahap kedua, peneliti akan menyimak kembali iklan secara detail dan mencatat semua tanda, simbol, dan elemen visual yang ada. Proses ini penting untuk mengidentifikasi aspek denotatif dan konotatif dari tanda-tanda tersebut sesuai dengan pendekatan semiotika Roland Barthes.

**3. Dokumentasi Visual melalui Tangkapan Layar (Screen Capture)**

Tahap ketiga, peneliti akan melakukan tangkapan layar terhadap tanda-tanda dan simbol yang telah diidentifikasi. Dokumentasi ini berfungsi sebagai bahan visual yang dapat dianalisis lebih

lanjut untuk memahami makna tersirat, konotasi, dan mitos yang terkandung dalam iklan menurut perspektif Semiotika Barthes.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Iklan *Miracles Hair Supplement Baru! - Bye #RambutCapek Hello #RambutKeCharged* adalah iklan yang ditayangkan di YouTube oleh Pantene Indonesia pada Januari 2022 dengan Keanu Agl sebagai pemeran utama. Iklan berdurasi sekitar 61 detik ini dikemas secara kreatif, menampilkan kondisi rambut Keanu yang semula tampak “capek” atau kering, rusak, kusam, dan kurang terawat, hingga menjadi “charged” atau berkilau, bervolume, dan tampak lebih terawat setelah menggunakan *Pantene Miracles Hair Supplement Conditioner*.

Secara visual, iklan menonjolkan ekspresi, gestur, busana, dan pengaturan adegan yang kreatif dan modern. Penggunaan Keanu, seorang laki-laki, sebagai ikon produk perawatan rambut yang biasanya diiklankan dengan perempuan, menambah daya tarik visual dan menunjukkan inklusivitas dalam perawatan diri. Iklan ini relevan untuk dianalisis menggunakan Semiotika Roland Barthes, karena mengandung berbagai tanda dan simbol yang dapat diinterpretasikan secara denotatif, konotatif, dan membentuk mitos.

Muhammad Miftahuda atau yang lebih dikenal dengan nama Keanu Angelo atau adalah seorang Selebgram (Seleb Instagram), konten kreator Indonesia dan aktor yang lahir pada tanggal 12 Juni 1998. Kepopulerannya semakin meningkat melalui platform Instagram dan YouTube, di mana ia berhasil membangun citra sebagai figur publik yang dekat dengan generasi muda, khususnya Generasi Z. Keanu terkenal karena tingkahnya yang lucu dan kreatif dalam pembuatan kontennya di Instagram serta selalu mengundang tawa dalam setiap kontennya.

Keanu tidak hanya membuat konten yang menghibur, tetapi juga merepresentasikan kebebasan berekspresi tanpa harus mengikuti aturan maupun tanggapan umum mengenai bagaimana laki-laki atau perempuan harus berperilaku. Hal ini dibuktikan dengan gaya berpakaian, gaya rambut yang panjang, serta cara berkomunikasi Keanu yang spontan dan tidak dibuat-buat menjadikan Keanu mudah diingat dan cocok dengan Generasi Z.

Kehadiran Keanu Agl dalam iklan Pantene Miracles Hair Supplement menunjukkan strategi visual yang kreatif dan berbeda dari iklan perawatan rambut pada umumnya. Dengan tampil sebagai bintang iklan produk yang biasanya identik dengan perempuan, Keanu menekankan bahwa perawatan diri bersifat inklusif dan dapat dilakukan oleh siapa saja, tanpa memandang gender. Pilihan Pantene untuk menghadirkan Keanu sebagai ikon iklan menunjukkan upaya mereka menarik perhatian audiens melalui pendekatan yang segar, kreatif, dan menantang pandangan tradisional mengenai gender. Keberadaan Keanu dalam iklan ini menjadi relevan untuk dianalisis menggunakan semiotika Roland Barthes, karena mengandung berbagai tanda dan simbol yang dapat ditafsirkan secara denotatif, konotatif, dan membentuk mitos.

Analisis Scene 1

1. Makna Denotasi Scene 1

Visual	Unit Analisis
 <p data-bbox="240 709 971 772">Gambar 4. 1 Scene Keanu marah merasa penonton mau melewati iklannya</p>	<p data-bbox="1003 422 1386 478">Narasi : “Nape?! Mau Skip? Yaudah sana capek gue!” - Keanu</p>
	<p data-bbox="1003 499 1365 556">Ekspresi : Frustrasi, kesal, sebal, jengkel.</p>
	<p data-bbox="1003 577 1365 634">Bahasa Naratif Gen Z : “Nape?!, capek gue!”</p>
	<p data-bbox="1003 655 1268 674">Busana : Kaos Abu-Abu</p>
	<p data-bbox="1003 688 1365 802">Visual : Rambut panjang, wajah kesal, <i>background</i> putih dengan bayangan abu-abu, raut wajah menyakitkan dahi.</p>

Tabel 4. 1 Analisis Scene Pertama

- a. Seorang laki-laki dengan rambut yang tidak terawat dan terlihat marah dan berbicara langsung di depan kamera.
- b. Rambutnya terlihat kering dan tidak terawat.

2. Makna Konotasi Scene 1

- a. Gaya Bahasa Keanu khas Generasi Z yang ceplas-ceplos, gaya bahasa yang menggunakan sindiran tajam, pedas, dan seringkali dengan maksud untuk menyakitkan atau mengkritik (sarkastik) dan langsung membahas pada intinya.
- b. Narasi “capek gue” pada Scene ini bukan berarti kelelahan fisik melainkan simbol frustrasi secara emosional.
- c. Cara pengambilan dengan teknik Close Up yang memperlihatkan Keanu dari bahu sampai kepala. Dalam visualisasi Scene di atas dapat dilihat jika Keanu adalah seorang laki-laki dengan rambut panjang yang tidak terawat.

Analisis scene 2

Visual	Unit Analisis
 <p data-bbox="277 1724 938 1787">Gambar 4. 2 Scene Keanu berbicara dengan kamera sambil mengeluh</p>	<p data-bbox="997 1402 1455 1461">Narasi : “capek capek capek gue..” – Keanu</p>
	<p data-bbox="997 1488 1422 1516">Ekspresi : Dramatis, Lelah, Mengeluh.</p>
	<p data-bbox="997 1522 1455 1581">Bahasa Naratif Gen Z : “capek capek capek gue..”</p>
	<p data-bbox="997 1587 1227 1612">Busana : Kaos Putih.</p>
	<p data-bbox="997 1619 1455 1829">Visual : Keanu tampil dengan rambut panjang, berada di dalam kamar tidur yang dilengkapi jendela besar. Kondisi pencahayaan menunjukkan suasana pagi atau siang hari, ditandai dengan sinar matahari yang terang dari luar jendela.</p>

Tabel 4. 2 Analisis Scene Kedua

**1. Makna Denotasi Scene 2**

- a. Keanu sedang berbicara langsung di depan kamera dengan wajah close-up dan ekspresi lelah dan mulut terbuka seolah sedang mengeluh bahwa ia capek.
- b. Keanu berada di dalam ruangan yang terang dengan jendela besar menandakan suasana pagi atau siang hari dan memberikan kesan suasana kamar tidur pribadinya.

**2. Makna Konotasi Scene 2**

- a. Ekspresi “lelah” Keanu bukan hanya menandakan lelah secara fisik namun juga lelah karena tekanan mental, yang biasanya diidentifikasi sebagai bentuk burnout.
- b. Pengambilan gambar close up yang Keanu lakukan memberikan kesan yang personal juga interaktif seolah-olah berbicara dengan penonton, membuat seolah tidak ada jarak antara Keanu dan penonton.

Analisis Scene 3

Visual	Unit Analisis
 <p data-bbox="237 1050 831 1077">Gambar 4. 3 Scene Keanu melihat kondisi rambutnya</p>	Narasi : “hmm... rambut kamu kali yang capek?” - Narator
	Ekspresi : Bingung, terheran-heran, prihatin.
	Bahasa Naratif Gen Z : “rambut kamu kali yang capek?”
	Busana : Kaos abu-abu.
	Visual : Keanu melihat rambut panjangnya yang kering, background putih dengan bayangan abu-abu, raut wajah mengernyitkan dahi dan fokus pada rambut.

Tabel 4. 3 Analisis Scene Ketiga

**1. Makna Denotasi Scene 3**

- a. Keanu mengamati kondisi rambutnya yang rusak dengan tatapan bingung dan heran setelah narator bernarasi “hmm... rambut kamu kali yang capek?”

**2. Makna Konotasi Scene 3**

- a. Gestur Keanu mengamati kondisi rambutnya sendiri menandakan perhatian terhadap perawatan rambut yang biasanya dikaitkan dengan nilai feminisme.

Analisis Scene 4

Visual	Unit Analisis
 <p>Rambut capek??</p> <p>Gambar 4. 4 Scene Keanu bertanya kepada narator terkait rambutnya</p>	Narasi : “rambut capek??” – Keanu
	Ekspresi : Bingung, terheran-heran.
	Bahasa Naratif Gen Z : “rambut capek?”
	Busana : Kaos abu-abu.
	Visual : Keanu memegang rambut dan melihat kearah kamera, background putih dengan bayangan abu-abu, raut wajah mengernyitkan dahi dan fokus melihat ke depan seolah sedang berinteraksi dengan narator, dan ada simbol batre yang sudah bewarna merah karena tersisa satu batang saja kapasitasnya.

Tabel 4. 4 Analisis Scene Keempat

**1. Makna Denotasi Scene 4**

- a. Keanu memegang rambut panjangnya dengan kedua tangan dan menunjukkan ekspresi bingung sembari bertanya “rambut capek?” kearah kamera yang seolah sedang berinteraksi dengan narator.

**2. Makna Konotasi Scene 4**

- a. Simbol baterai kosong merepresentasikan energi yang sudah habis, pada iklan ini rambut Keanu menjadi objek utama yang kehabisan daya ditandai dengan rambutnya yang kering dan rusak seperti kekurangan nutrisi.

Analisis Scene 5

Visual	Unit Analisis
 <p>Iya, rambut kamu perlu di-charge tuh.</p> <p>Gambar 4. 5 Scene Keanu melihat simbol baterai merah di atas kepalanya</p>	Narasi : “iya, rambut kamu perlu di-charge tuh.” - Narator
	Ekspresi : Bingung, melihat keatas.
	Bahasa Naratif Gen Z : “rambut kamu perlu di-charge tuh”
	Busana : Kaos abu-abu.
	Visual : Keanu melihat kearah simbol baterai lemah yang ada di atas kepalanya, background putih dengan bayangan abu-abu dan raut wajah mengernyitkan dahi

Tabel 4. 5 Analisis Scene Kelima

**1. Makna Denotasi Scene 5**

- a. Keanu sedang melihat ke arah simbol baterai lemah diatas kepalanya dengan ekspresi yang bingung dan mengernyitkan dahinya sembari mendengarkan narasi dari narator.
- b. Latar putih polos dengan bayangan abu-abu membuat kita lebih fokus pada Keanu dan simbol baterai lemah.

**2. Makna Konotasi Scene 5**

- a. Rambut Keanu sudah dalam kondisi lelah dan memerlukan perawatan, diibaratkan seperti baterai yang harus discharge atau diisi ulang.

Analisis Scene 6

Visual	Unit Analisis
 <p data-bbox="266 1146 862 1178">Gambar 4. 6 Scene Keanu marah kepada narator</p>	<p>Narasi : “Yee, emangnya lo pikir gw belum shampooan?” - Keanu</p>
	<p>Ekspresi : Marah, kesal, tegas.</p>
	<p>Bahasa Naratif Gen Z : “Yee”</p>
	<p>Busana : Kaos abu-abu.</p>
	<p>Visual : Keanu melihat ke arah kamera dengan kesal seolah berinteraksi dengan narator, tangannya membuka papan berwarna emas penghalang antaranya dan narator, setengah dari simbol baterai lemah diatas kepala Keanu.</p>

Tabel 4. 6 Analisis Scene Keenam

**1. Makna Denotasi Scene 6**

- a. Keanu menghadap ke arah kamera sembari membuka papan berwarna emas yang menjadi penghalang antara Keanu dan narator dengan ekspresi yang kesal dan marah.
- b. Ekspresi Keanu menunjukkan perasaan kesal dan ketidakterimaan.

**2. Makna Konotasi Scene 6**

- a. Simbol baterai merah masih menjadi simbol kelelahan atau “lowbat” dalam hal ini bukan karena Keanu belum mencuci rambutnya melainkan rambutnya kekurangan perawatan khusus.

Analisis scene 7

Visual	Unit Analisis
 <p data-bbox="240 720 862 751">Gambar 4. 7 Scene Keanu senang rambutnya sehat</p>	<p data-bbox="935 422 1365 453">Narasi : “aku ke-charged..” - Keanu</p> <p data-bbox="935 464 1338 495">Ekspresi : senyum lebar, senang.</p> <p data-bbox="935 506 1435 537">Bahasa Naratif Gen Z : “aku ke-charged”</p> <p data-bbox="935 548 1455 579">Busana : Kaos putih dengan blazer cream.</p> <p data-bbox="935 611 1516 779">Visual : Keanu melihat ke arah kamera dengan senang dengan rambut yang sudah sehat terawat, simbol teks “Rambut” warna putih, simbol teks “Ke-charged” warna putih dan pink.</p>

Tabel 4. 7 Analisis Scene Ketujuh

**1. Makna Denotasi Scene 7**

- a. Keanu melihat ke arah kamera dengan ekspresi sangat senang dilengkapi dengan rambut panjangnya yang terlihat hitam, halus, sehat dan terawat.

**2. Makna Konotasi Scene 7**

- a. Rambut Keanu yang sudah tampak lebih sehat dan berkilau merupakan hasil penggunaan produk Pantene.
- b. Ekspresi senang dengan senyum lebar Keanu menggambarkan kepercayaan diri dan kepuasan terhadap produk pantene.
- c. Simbol teks “ke-charged” mengartikan rambut Keanu yang sudah terisi dayanya atau sudah terawat.

Analisis scene 8

Visual	Unit Analisis
 <p data-bbox="289 1696 786 1728">Gambar 4. 8 Scene Keanu tersenyum lebar</p>	<p data-bbox="911 1371 1393 1434">Narasi : “Jangan ngadi-ngadi deh...” - Keanu</p> <p data-bbox="911 1455 1292 1486">Ekspresi : senyum lebar, senang.</p> <p data-bbox="911 1497 1393 1560">Bahasa Naratif Gen Z : “Jangan ngadi-ngadi deh...”</p> <p data-bbox="911 1570 1393 1633">Busana : Kaos putih dengan blazer cream.</p> <p data-bbox="911 1644 1393 1770">Visual : Keanu melihat ke arah kamera dengan senang dengan rambut yang sudah sehat terawat, dengan background putih dan bayangan abu-abu.</p>

Tabel 4. 8 Analisis Scene Kedelapan

**1. Makna Denotasi Scene 8**

- a. Keanu melihat ke arah kamera dengan ekspresi sangat senang dilengkapi dengan rambut panjangnya yang terlihat hitam, halus, sehat dan terawat disertai pakaian yang rapih.

**2. Makna Konotasi Scene 8**

- a. Rambut Keanu yang sudah tampak lebih sehat dan berkilau merepresentasikan keberhasilan produk Pantene dalam memperbaiki rambut Keanu yang rusak sebelumnya.

**3. Representasi Mitos Scene 8**

- a. Keyakinan bahwa untuk memiliki rambut yang sehat dan terawat, seseorang perlu menggunakan produk Pantene.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari setiap adegan iklan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Makna Denotasi dari Iklan menampilkan Keanu Agl dengan kondisi rambut yang awalnya terlihat rusak atau “lelah”, kemudian berubah menjadi lebih sehat, kuat, dan berkilau setelah menggunakan *Pantene Miracles Hair Supplement*. Perubahan ini divisualisasikan melalui ekspresi wajah, simbol baterai yang terisi penuh, dan detail visual rambut yang lebih rapi dan bercahaya.
2. Makna konotatif menunjukkan Kondisi rambut “capek” dimaknai sebagai simbol kelelahan fisik dan mental. Proses “pengisian daya” rambut yang ditampilkan dalam iklan menjadi metafora untuk mengembalikan energi, semangat, dan rasa percaya diri. Hal ini juga menyiratkan bahwa perawatan diri merupakan langkah penting dalam menjaga kualitas hidup dan penampilan.
3. Mitos yang dibentuk dalam iklan ini adanya keyakinan bahwa untuk memiliki rambut yang sehat dan terawat, seseorang perlu menggunakan produk Pantene.
4. Iklan *Pantene Miracles Hair Supplement* yang dibintangi Keanu Agl tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga menyampaikan pesan melalui tanda-tanda visual, verbal, dan simbolis yang dapat dianalisis pada tiga tingkat makna Roland Barthes: denotasi, konotasi, dan mitos.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, P., Tecoalu, M., & Latief, R. (2024). *Manajemen Fundamental Periklanan Media Digital*. Prenada Media.  
[https://books.google.co.id/books?id=xLkFEQAAQBAJ&lpg=PP1&ots=8RBZj\\_a60h&dq=periklanan&lr&hl=id&pg=PA3#v=onepage&q=periklanan&f=false](https://books.google.co.id/books?id=xLkFEQAAQBAJ&lpg=PP1&ots=8RBZj_a60h&dq=periklanan&lr&hl=id&pg=PA3#v=onepage&q=periklanan&f=false)
- Hoed, B. H. (2014). *ebook - semiotik dan dinamika sosial budaya benny h hoed.pdf*. Komunitas Bambu.
- Ilma, L., Rifa'i, F. S. P., & Sulastiana, M. (2022). Perbedaan Persepsi Ad Intrusiveness Iklan Skippable Dan Non-Skippable Pada Platform Youtube. *Journal of Psychological Science and Profession*, 6(3), 212. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v6i3.36901>
- Luik, J. (2020). Media Baru Sebuah Pengantar.  
[https://repository.petra.ac.id/19444/3/44\\_Publikasi1\\_06002\\_6825](https://repository.petra.ac.id/19444/3/44_Publikasi1_06002_6825)
- Rachmad, Y. E. (2023). *Social Media Influence Theory*.  
[https://www.academia.edu/download/119088191/THEORY\\_2023\\_016\\_NEW.pdf](https://www.academia.edu/download/119088191/THEORY_2023_016_NEW.pdf)
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA, CV.
- Yusuf, M. F. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi untuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI) dan Umum*. <https://pustakailmu.co.id/wp-content/uploads/2021/03/ilmu-komunikasi.pdf>