

ABSTRAK

Intan Zulian Sari, NIM 1940210079. Dengan judul skripsi “Komodifikasi Makna Hijab Dalam Visualisasi Iklan Rejoice 3 In 1 Hijab Bisa di Channel Youtube Fatin”. Skripsi Program Strata Satu (S1) Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri Kudus.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui komodifikasi hijab dalam tayangan iklan rejoice 3 in 1 hijab bisa. Jenis dari penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis data semiotika Roland Barthes, sedangkan metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendeskripsikan dan menguraikan hasil analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan cara observasi dan dokumentasi yaitu dengan cara mengamati setiap adegan-adegan yang relevan dan diambil tangkapan layar sesuai dengan data penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya sebuah komodifikasi makna hijab dalam tayangan iklan rejoice hijab 3 in 1. Terjadinya sebuah komodifikasi hijab dapat dilihat dari visualisasi iklan rejoice hijab yang menampilkan wanita muslimah berhijab untuk menarik konsumen dari segi komersial dan menciptakan sebuah produk yang diperuntukan untuk wanita muslimah yaitu shampo rejoice hijab 3 in 1. Makna komodifikasi hijab dapat terlihat melalui tanda denotasi, konotasi dan mitos.

Kata Kunci : Komodifikasi, Hijab, Iklan Rejoice Hijab 3 In 1