

**REPRESENTASI DESAIN IKLAN *BEAUTYLOGICA CLINIC* VERSI  
“*NOSE FILLER*” MELALUI *PAID PROMOTE INSTAGRAM***

(Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)

Abdul Setianto

**Abstrak**

Penelitian ini berjudul “Representasi Desain Iklan *Beautylogica Clinic* “*Nose Filler*” Melalui *Paid Promote Instagram* (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui makna dari Iklan *Beautylogica Clinic* versi “*Nose Filler*” Kajian Pustaka memuat teori maupun konsep tentang periklanan, dan semiotika. Pendekatan penelitian adalah kualitatif dengan mewawancarai *Key Informant*, *Informant 1* dan *Informant 2* penelitian ini juga bersifat dinamis, penuh makna dan natural. Teknik pengumpulan data ini berupa wawancara, data, observasi, dokumentasi, dan studi *literature*. Teknik dari analisa data menggunakan teknik triangulasi data. Iklan dianalisis berdasarkan keterangan *Key Informant* dan *Informant* dengan dipadukan dengan kesimpulan *Sign*, *Interpretant*, dan *Object* dari analisis Semiotika Charles Sanders Peirce. Dalam iklan *Beautylogica Clinic* versi “*Nose filler*” ini telah digambarkan secara *visual* dan dikemas dengan desain yang menarik sehingga informasi tentang iklan tersebut dapat disampaikan. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa makna dan tujuan dari Iklan *Beautylogica Clinic* yaitu untuk menginformasikan tentang produk dari *Beautylogica Clinic* dengan menggunakan pesan *Non-Verbal*.

Kata Kunci : *Nose Filler*, *Paid Pormote*, Semiotika.

**REPRESENTATION Of BEAUTYLOGICA CLINIC  
ADVERTISING DESIGN "NOSE FILLER" VERSION  
Through PAID PROMOTE INSTAGRAM**

*(Analysis Of The Semiotics Of Charles Sanders Peirce)*

**Abdul Setianto**

***Abstract***

*This study entitled "representation of Ad Design Beautylogica Clinic" Filler "Nose Through Paid Promote Instagram (analysis of the Semiotics of Charles Sanders Pierce). The purpose of this research is to know the meaning of the ad Beautylogica Clinic "Nose Filler" version literature review contains the theory nor the concept of advertising, and Semiotics. The research approach was qualitative with interviewing Key Informant, the Informant Informant 1 and 2 this research also is dynamic, full of meaning and natural. This form of data collection techniques interviews, observation, data, documentation, and the study of literature. Technique of data analysis using the technique of triangulation of the data. The ads analyzed based on Key Informant information and Informant with combined with the conclusion of Sign, Object, and Interpretant of the semiotics of Charles Sanders Peirce's analysis. In ad Beautylogica Clinic "Nose Filler" version has been visually illustrated and packed with an attractive design so that information about these ads can be delivered. The results of this research is that the meaning and purpose of Advertising Beautylogica Clinic is to inform about the product of Beautylogica Clinic using Non-Verbal messages.*

**Keywords:** *Nose Filler, Paid Promote, Semiotic*