## ABSTRAK

Penelitian dengan judul "Representasi Makna dalam Iklan Produk *Innisfree* pada Akun *Instagram innisfreeindonesia*: Kajian Semiotika" ini bertujuan untuk mendeskripsikan representasi perempuan cantik yang muncul dalam pemaknaan dari iklan produk *Innisfree* pada *Instagram innisfreeindonesia*. Citra tersebut hadir dari makna denotasi dan konotasi yang dianalisis dengan menerapkan landasan teori Semiotika Roland Barthes dan teori leksis. Objek dari penelitian ini adalah unggahan akun *Instagram innisfreeindonesia*, yakni unggahan foto, video dan keterangan (*caption*). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi kecantikan dalam iklan produk *Innisfree* berkecenderungan muncul pada tanda nonverbal, terlihat dari tampilan gambar wajah dan tubuh model perempuan. Pada tanda verbal, representasi kecantikan bisa muncul jika dikaitkan dengan tanda nonverbal, atau adanya relasi antara objek-konteks-teks. Representasi kecantikan juga banyak terlihat dari leksis kongruen dan leksis atitudinal. Dengan demikian, sistem tanda iklan (verbal dan tanda nonverbal) mampu melahirkan makna yang bersifat persuasif pada masyarakat. *Innisfree* menghadirkan dua konsep kecantikan, yaitu konsep kecantikan yang mengadopsi kriteria kecantikan ala perempuan Korea dengan tampilan *glass skin look*, dan penggunaan *makeup* atau kosmetik minimalis dengan tampilan kulit *glowing*. Kedua konsep kecantikan ini didukung dengan memiliki kulit yang putih dan cerah, alis yang tipis dan rapi, kelopak mata yang terlihat besar, bulu mata yang lentik dan panjang, mata yang terlihat besar, *under eye* atau bagian bawah mata yang cerah, wajah yang bersinar, mulus, dan tanpa cacat, bertubuh langsing, dan bibir berwarna merah muda alami.

**Kata Kunci**: cantik, denotasi, iklan, *Innisfree*, konotasi, semiotika