

**M.Alhafis Wijaya Putra. 12321048. *Representasi Pakaian Sebagai Identitas Anak Muda (Analisis Semiotika pada merek Dreambirds Artwear)*. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2017.**

***Abstrak:***

Produk pakaian, busana, atau fashion sudah menjadi bagian penting untuk menunjang penampilan yang tidak dapat dilepaskan dari gaya dan penampilan seseorang sehari-hari. Seperti kaos, kemeja, celana, sepatu, atau aksesoris yang bisa mendongkrak penampilan penggunanya, tentu saja ini juga menjadi sebuah alat komunikasi yang bertujuan menunjukkan identitas pribadi seseorang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi pakaian sebagai identitas anak muda, khususnya melalui merek *Dreambirds Artwear* dengan menggunakan enam iklan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes, dikenal sebagai seorang tokoh poststrukturalis dan semiotik. Keenam iklan yang diteliti merupakan teks tentang *fashion*. Seperti baju kaos, topi, tas, logo, jaket hingga konsep dan lain sebagainya. Keenam iklan yang diteliti memiliki beberapa tanda yang telah dibahas dan mengungkapkan mitos dari masing-masing iklan.

Hasil penelitian ini Mitos *Dreambirds Artwear* sendiri menggambarkan tentang anak muda yang ingin tampil berbeda, berkharisma, bijaksana yang tidak hanya tampil dengan fashion yang terlihat biasa. *Dreambirds Artwear* mengangkat nilai-nilai tentang keinginan anak muda sehingga anak muda tertarik dengan konsepnya. Seperti membatasi produksi yang tidak akan diproduksi kembali sehingga menciptakan kebanggaan bagi penggunanya karena merasa di istimewa. Logo burung hantu yang fenomenal melambangkan kesederhanaan, kebijaksanaan dan lain sebagainya. Tagline *Dreambirds Artwear* yaitu *Dream, Create, Future* yang mempunyai makna tentang kehidupan yang diawali dari mimpi yang harus dicapai untuk menggapai masa depan yang indah. Anak muda sangat antusias tentang mimpi yang ingin dicapainya. Anak muda harus bermimpi untuk tetap semangat dan berusaha keras dalam menjalani kehidupan. *Dreambirds Artwear* menginginkan anak muda di masa mudanya terus selalu bermimpi untuk mencapai apa yang di cita-citakan dan tidak hanya sekedar bermimpi namun dilakukan dengan berkarya, melakukan sesuatu, berusaha agar mendapatkan masa depan yang sesuai dengan apa yang diimpikan. Anak muda memiliki berbagai cara untuk berburu mencari identitas, pengakuan, identitas, menciptakan citra diri dan juga mengekspresikan dirinya, tidak diragukan lagi jika itu adalah bagian dari upaya mencari gaya hidup untuk dirinya sendiri.

*Keywords : Mode, Gaya, Identitas, Semiotika, Anak muda.*

**ABSTRAK**

**M.Alhafis Wijaya Putra. 12321048. *Representasi Pakaian Sebagai Identitas Anak Muda (Analisis Semiotika pada merek Dreambirds Artwear)*. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia, 2017.**

***Abstract:***

Apparel, clothing, product or fashion has become an essential part to support the appearance that cannot be released from the style and appearance of a person's everyday. For example t-shirts, shirts, pants, shoes, or accessories that can boost the appearance of the user, of course is also a communication tool that aims to show one's personal identity.

The purpose of this research is to know the clothes representation as the teenagers identity, in particular through brand *Dreambirds Artwear* by using six advertising. In this study, the author uses the analysis of semiotics Roland Barthes, known as a postrukturalis and semiotics. The sixth advertising researched text is about fashion. Like a t-shirt, hat, bag, jacket, logo concepts and the others. The six ads that examined have some sign that has been discussed and revealed the myth of each ads.

Result of this research, *Dreambirds Artwear* own myth describes of teenagers who want to appear different, charismatic, thoughtful who not only perform with fashion that looks great. *Dreambirds Artwear* lifting values about the desire of teenagers, so that young people interested the concept. Like the production that will not be produced again so the pride for its users because it felt special. Phenomenal owl logo symbolize simplicity, wisdom and more. *Dreambirds Artwear* tagline is Dream, Create, Future. Significance of life beginning from a dream to strive for reaching for the future. Teenagers are very enthusiastic about the dream of wanting to learn. Teenagers had to dream to keep the spirit and strive hard in living the life. *Dreambirds Artwear* wants young continued in his youth always dreamed to achieve what in aspire and not just dreaming but do with work, do something, trying to get the future according to what the ideal. Young people could not regardless of fashion brought about by globalization makes us was forced to become a follower. Especially young people still have a soul and try to have a sense of wanting to know is very high. Young people have a variety of ways to hunt searching for identity, recognition, identity, creating a self-image and also express their self, no doubt if that is part of the efforts seeking a lifestyle for their self.

***Keywords : Fashion, Identity, Semiotics, Teenagers***