

ABSTRAK

Es krim Magnum hadir di Indonesia dengan segmentasi yang berbeda dari es krim lainnya. Magnum memberikan sensasi kemewahan layaknya seorang putri. Sebagai es krim kualitas premium bercita rasa tinggi, Magnum dibuat untuk wanita yang ingin memanjakan diri di tengah penatnya kesibukan sehari-hari. Objek penelitian ini adalah iklan televisi Magnum *Pink and Black* sementara subjeknya adalah wanita sosialita. Iklan televisi Magnum versi *Pink and Black* merepresentasikan sosok wanita tersebut sebagai wanita sosialita yang sedang menikmati waktu luangnya. Hal ini sebagian besar terlihat dari elemen visual dalam iklan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, paradigma kritis, dan pendekatan semiotika Roland Barthes. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos wanita sosialita pada iklan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan penanda dan petanda dalam iklan tersebut menciptakan representasi kehidupan modern wanita sosialita saat ini. Wanita sosialita digambarkan sebagai sosok yang suka *hang out* di Magnum Café yang mewah, memakai pakaian yang berkelas, berpesta di diskotek yang eksklusif, dan mengendarai mobil mewah.

Kata kunci: Wanita sosialita, semiotika, iklan televisi