

REPRESENTASI KECANTIKAN PADA IKLAN POND'S

#WajahmuKekuatanmu DI TELEVISI DALAM CHANNEL

RCTI

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

DANU FADEL ZULMI

190900071

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

2023

REPRESENTASI KECANTIKAN PADA IKLAN POND'S

#WajahmuKekuatanmu DI TELEVISI DALAM CHANNEL

RCTI

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

DANU FADEL ZULMI

190900071

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

2023

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAB ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Danu Fadel Zulmi
NIM : 190900071
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Representasi Kecantikan Pada Iklan Pond's #WajahmuKekuatanmu Di Televisi Dalam Channel RCTI (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Jumlah Halaman : xiv + 113 halaman + 4 lampiran
Bibliografi : 19 Buku + 14 Jurnal + 3 Skripsi + 4 Internet

ABSTRAK

Saat ini ketika karya-karya seni kreatif ada banyak persamaan ciri dalam sebuah iklan yang ditemukan pada televisi baik itu dari segi alat-alat kecantikan dan memiliki persepsi bahwa cantik itu terlihat normal dan diterima oleh banyak masyarakat namun beda dengan Pond's yang mencoba menghapus stigma tersebut karena cantik bisa dimiliki oleh siapapun bahkan sekalipun penyandang disabilitas tuna wicara. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi keindahan secara keseluruhan dalam iklan Pond's #wajahmukekuatanmu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif paradigma ini adalah konstruktivis dan metode analisis semiotika model Roland Barthes untuk mengkaji representasi kecantikan perempuan dengan melihat dari denotasi, konotasi, mitos dalam iklan Pond's versi #wajahmukekuatanmu.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas media massa yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang terdapat dalam scene-scene iklan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan Para perempuan ini adalah penggambaran perempuan yang menghargai diri secara tinggi dengan menerima warna kulit yang dimiliki, dan berusaha untuk tampil cantik tanpa mengubahnya sesuai mitos/gagasan cantik dalam masyarakat.

Pemanfaatan penggambaran perempuan dalam iklan Pond's ini menunjukkan bahwa standar kecantikan dan ciri-ciri yang ditampilkan oleh pemeran perempuan tersebut dengan tubuh langsing, berkulit putih, berambut hitam, berwajah mulus, sudah menunjukkan standar kecantikan yang ada pada masyarakat di Indonesia.

Kata Kunci : Rerpresentasi, Kecantikan, Iklan, Konstruksi Realitas, Media Massa

Pembimbing I : Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si

Pembimbing II : Drs. Solten Rajagukguk, MM

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Danu Fadel Zulmi
NIM : 190900071
STUDY PROGRAM : *Communication Studies*
SPECIALIZATION : *Advertising*

Representation Of Beauty In Pond's #Wajahmu kekuatanmu Advertisement On Television On RCTI Channel (Roland Barthes Semiotics Analysis)

Number Of Page : *xiv + 113 pages + 4 attachment*
Bibliography : *19 books + 14 journals + 3 Thesis + 5 Website*

ABSTRACT

Currently, when creative art works have many characteristics in common in advertisements found on television, both in terms of beauty tools and the perception that beauty looks normal and is accepted by many people, it is different from Pond's which tries to remove this stigma because beauty can be owned by anyone, even those with speech impairments. The purpose of this research is to find out how the representation of beauty as a whole is in Pond's advertisement #Your face your power.

This research uses a qualitative descriptive approach. This paradigm is constructivist and the semiotic analysis method is the Roland Barthes model to examine the representation of women's beauty by looking at the denotations, connotations, myths in Pond's advertisement version of #wajahmu kekuatanmu.

The theory used in this study is the theory of the construction of the reality of the mass media which is used to describe and explain the problems contained in the advertising scenes.

The results of this study show that these women are portrayals of women who value themselves highly by accepting their skin color, and trying to look beautiful without changing it according to the myths/ideas of beauty in society.

The use of the depiction of women in Pond's advertisements shows that the standards of beauty and the characteristics displayed by these female actors with slim bodies, white skin, black hair, smooth faces, have shown the standards of beauty that exist in Indonesian society.

Keywords : *Representation, Beauty, Advertising, Reality Construction, Mass Media,*

Advisor I : *Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si*

Advisor II : *Drs. Solten Rajagukguk, MM*