

**REPRESENTASI WANITA CANTIK DALAM IKLAN  
FAIR AND LOVELY PADA AKUN YOUTUBE OFFICIAL  
@FAIR AND LOVELY**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**SALIS AMBARWATI**

**190900037**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**2023**

**REPRESENTASI WANITA CANTIK DALAM IKLAN  
FAIR AND LOVELY PADA AKUN YOUTUBE OFFICIAL  
@FAIR AND LOVELY**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**SALIS AMBARWATI**

**190900037**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2023**

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

### UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

#### PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang tidak diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 27 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : Salis Ambarwati  
NIM : 190900037  
JUDUL : Representasi Wanita Cantik Dalam Iklan *Fair and Lovely*  
Pada Akun *Youtube Official @Fair and Lovely*

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, 1 Agustus 2023

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

(Sandra Olifa, M.St.)

(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP



(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.IKom.)

  


(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : Salis Ambarwati

NIM : 190900037

JUDUL : Representasi Wanita Cantik Dalam Iklan *Fair and Lovely*  
Pada Akun *Youtube Official @Fair and Lovely*

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 8 Agustus 2023

Menyetujui,

**Ketua Penguji**

(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

(.....)

**Anggota Penguji I**

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.IKom.)

(.....)

**Anggota Penguji II**

(Bertha K.Sinambela, M.Si.)

(.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.IKom.)

Dekan FISIP



(Drs. Solten Rajagukguk, M.M.)

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

NAMA : Salis Ambarwati  
NIM : 190900037  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Jurnalistik

Representasi Wanita Cantik Dalam Iklan *Fair and Lovely* Pada Akun *Youtube Official @Fair and Lovely*

Jumlah Halaman: XIII + 80 halaman + lampiran

Bibliografi : 32 Buku; 7 Jurnal; 4 Sumber Lain

**ABSTRAK**

Penelitian ini diawali dengan perempuan yang berkulit gelap yang mendambakan kulit cerah seketika dan merasa tidak percaya diri karena kulit mereka tidak putih bersinar seperti yang dikatakan di dalam iklan tersebut. Hal tersebut mempengaruhi penonton youtube sehingga masyarakat akan berpikiran bahwa perempuan cantik adalah perempuan yang memiliki wajah putih bersinar.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas sosial media massa, proses penggambaran sebuah peristiwa realitas sosial yang terjadi di lingkungan masyarakat dengan dikonstruksi melalui media massa.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, pendekatan penelitian kualitatif, metode penelitian semiotika model Charles Sanders Peirce, sifat penelitian deskriptif. Subjek penelitiannya adalah iklan *Fair and Lovely* dan objek penelitiannya adalah scene yang terdapat dalam iklan *Fair and Lovely* di akun youtube.

Hasil penelitian yang didapat adalah Pesan verbal maupun non-verbal, yang dapat memberikan dampak psikologis dan sosial mengenai signifikansi terhadap persepsi masyarakat tentang standar kecantikan. Masyarakat diminta untuk kepekaan dan kehati-hatian agar tidak menguatkan diskriminasi dan ke tidak setaraan warna kulit.

Warna kulit putih bukanlah standar kecantikan mengingat Indonesia terdiri dari banyak jenis warna kulit dan remaja harus bangga dengan kecantikan khatulistiwa. Pihak pengiklan yang juga menampilkan warna kulit orang Indonesia yang berkulit gelap, membuat iklan ini sangat mudah diterima oleh masyarakat dan dapat memengaruhi pola pikir masyarakat yang masih beranggapan bahwa cantik itu harus dengan warna kulit putih dan menuntut para remaja untuk mengubah warna kulit menjadi putih agar tampil cantik dan diterima oleh masyarakat.

**Kata Kunci : Representasi, Wanita, Cantik**  
**Pembimbing I : Drs. Solten Rajaguguk, MM**  
**Pembimbing II : Sandra Olifia, M.Si**



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

*Name* : Salis Ambarwati  
*Student's Registration Number* : 190900037  
*Field of Study* : Communication Science  
*Specialization* : Advertising

Representation of Beautiful Women in Fair and Lovely Ads on the Official Youtube Account @Fair and Lovely

Pages: XIII+ 80 pages + attachment

Bibliography: 32 book ; 7 Journal; 4 Other Source

**ABSTRACT**

*This research begins with dark-skinned women who crave bright skin instantly and feel insecure because their skin is not glowing white as said in the advertisement. This affects YouTube viewers so that people will think that beautiful women are women who have shining white faces.*

*The theory used in this research is mass media social reality construction theory, the process of depicting a social reality event that occurs in the community environment by being constructed through the mass media.*

*This research uses constructivist paradigm, qualitative research approach, semiotic research method, descriptive research nature by using Charles Sanders Pierce semiotic analysis technique. The data used in this research are images of scenes in Fair and Lovely advertisements. The research subject is the advertising content posted by Fair and Lovely through the @fair and lovely youtube account, and the research object is the scene contained in the Fair and Lovely advertisement on the youtube account.*

*The research results obtained are verbal and non-verbal messages, which can have a significant psychological and social impact on people's perceptions of beauty standards. people are asked to be sensitive and careful so as not to reinforce discrimination and inequality of skin color.*

*In this ad, female beauty is portrayed as the beauty of Indonesian teenagers with dark skin tones. White skin color is not a standard of beauty considering that Indonesia consists of many types of skin color and teenagers should be proud of their equatorial beauty. The advertiser who also displays the skin color of dark-skinned Indonesians, makes this advertisement very easily accepted by the public and can influence the mindset of people who still think that beauty must be with white skin color and requires teenagers to change their skin color to white in order to look beautiful and be accepted by society.*

**Key Word** : **Representation, Beautiful Women**

**Advisor I** : **Drs. Solten Rajaguguk, MM**

**Advisor II** : **Sandra Olifia, M.Si**