

ABSTRAK

Nama : Lutfia Sari
NIM : 20180501036
Judul : Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Wardah
#BeautyMovesYou: Bergerak Membawa Manfaat
(Analisis Semiotika John Fiske)
Jumlah Halaman : 43 Halaman
Kata Kunci : Semiotika, Representasi, Kecantikan.
Daftar Pustaka : 26 judul 2011-2020

Iklan produk kecantikan banyak menggunakan model perempuan sehingga khalayak menganggap bahwa perempuan cantik itu seperti yang ditampilkan oleh iklan tersebut. Kecantikan sendiri memiliki nilai yang sangat subjektif, tentunya ini membuat pandangan orang tentang perempuan cantik bisa berbeda-beda. Peneliti merasa masyarakat perlu melihat, memahami, dan memandang tentang kecantikan dengan lebih luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa gambaran kecantikan perempuan yang terdapat dalam Iklan Wardah *#BeautyMovesYou*: bergerak membawa manfaat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika model John Fiske yakni teori "*The Code of Television*" yang terdiri dari level realitas, representasi dan ideologi.

Penelitian ini berhasil menemukan beberapa kesimpulan mengenai representasi kecantikan pada Iklan Wardah *#BeautyMovesYou*. Kecantikan perempuan dalam iklan ini telah bergeser dari hal-hal yang menyangkut fisik, yakni perempuan yang mengutamakan nilai-nilai progresif, modern, dan berani bergerak membawa manfaat. Kecantikan perempuan diartikan sebagai setiap langkah yang dilakukan oleh perempuan tersebut dapat memberikan dampak positif dan bermanfaat bagi sekitar. Penelitian ini juga menemukan ideologi kecantikan perempuan, dimana sebuah nilai kapitalisme ditunjukkan oleh seluruh model yang berupaya memotivasi perempuan untuk percaya diri dan berani bergerak mewujudkan impian, namun tetap menggiring impian itu untuk meraih keuntungan.