

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

REPRESENTASI PEREMPUAN CANTIK DALAM IKLAN TVC POND'S WHITE BEAUTY SKIN PERFECTING CREAM VERSI WOW!

Fatimah Azzahro Jannatullu?lu

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75180&lokasi=lokal>

Abstrak

Di era perkembangan teknologi dan media, iklan menjadi alat untuk menginformasikan sebuah produk barang/jasa. Media yang digunakan iklan salah satunya media massa TVC. Perusahaan kecantikan Pond's memasang iklannya di media TV untuk produk Pond's white beauty skin perfecting. Dalam iklan produk tersebut, terdapat tanda yang bermakna pada representasi perempuan cantik. Rumusan masalah dalam penelitian, bagaimana representasi perempuan cantik dalam Iklan TVC Pond's White Beauty Skin Perfecting Cream versi 'WOW'?

Penelitian ini menggunakan teori semiotika Ferdinand de Saussure (1988), pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dengan menggunakan metode analisis semiotika model Ferdinand de Saussure. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi, wawancara mendalam, dan kajian pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan Pond's mengkonstruksikan pesan mengenai konsep perempuan cantik di dalam iklannya. Dalam analisis semiotika Saussure memiliki empat dimensi yaitu Signifier dan Signified, Langue and parole, Synchronic and Diachronic, Syntagmatic and Paradigmatic. Analisis penelitian dengan menggunakan empat dimensi tersebut menemukan bahwa representasi cantik dalam iklan ini ditandai dengan kata, kalimat dan adegan yang terdapat dalam iklan. Hal tersebut menandakan bahwa cantik itu ialah memiliki kulit yang cerah, sehat dan mulus tanpa memandang warna kulit. Tetapi di dalam iklan tersebut masih memiliki kekurangan dalam merepresentasikan perempuan cantik. Dalam sudut pandang Islam yang melihat bahwa cantik tidak hanya dari fisik melainkan dari akhlak dan hatinya. Begitu juga kekurangan dalam penyampaian pesan iklan yang terdapat pada kata wow yang multitafsir.