

ABSTRAKSI

Nurul Fajriyyah, B06210055, 2014. Perempuan dalam Iklan Perawatan Tubuh (Analisis Semiotik Ideologi Kecantikan dalam Iklan Vaseline Body Serum) Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Perempuan dalam Iklan, Ideologi Kecantikan, Analisis Semiotik

Dalam penelitian ini, peneliti mengangkat dua fokus penelitian, yaitu: (1) Apa simbol kecantikan yang ada dalam iklan vaseline body serum, (2) Bagaimana makna tanda kecantikan yang ada dalam iklan vaseline body serum (3) Ideologi kecantikan apa yang ada dalam iklan vaseline body serum.

Untuk menjawab fokus penelitian tersebut secara menyeluruh dan mendalam, penelitian ini menggunakan metode analisis semiotik yang mengacu pada teori Roland Barthes yang menggunakan kaidah denotasi, konotasi dan mitos yang berguna untuk mengungkapkan makna keseluruhan dari bentuk dan tanda Perempuan dalam Iklan Perawatan Tubuh (Analisis Semiotik Ideologi Kecantikan dalam Iklan Vaseline Body Serum). Unit analisis dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari bentuk dan tanda yang peneliti anggap menarik dan mampu untuk diungkap maknanya. Tabel kerja analisis terdiri dari scene, shot, angle, teknik pengambilan gambar, *jingle*, *lighting*, *voice over* dan teks literal yang terdapat dalam iklan Vaseline Body Serum. Setelah itu, peneliti menyajikan berupa hasil dari penelusuran tanda denotasi dan konotatif yang terdiri dari penanda dan petanda yang merupakan tingkat penandaan dari semiotika Roland Barthes.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa: (1) simbol kecantikan yang ada di dalam iklan Vaseline Body Serum diantaranya Simbol-simbol kecantikan yang ada dalam iklan tersebut diantaranya meliputi: *background*, *dress*, bahasa tubuh dan make-up. Penggunaan warna *background*, *dress* dan make-up yang lembut membuat iklan tersebut terkesan cantik dan alami. Selain itu, simbol senyuman ketika berbicara juga bisa diinterpretasikan dengan perempuan yang lemah lembut dan ramah. Perempuan yang memiliki sifat lemah lembut cenderung sopan dan tahu tatakrama, membawa faktor-faktor feminin. Selain itu, simbol kecantikan berupa feminitas juga dimanifestasikan dari penggunaan pakaian dan serangkaian *outfit* yang mencerminkan perempuan seperti warna pink atau putih, gerakan tubuh yang gemulai, *accessoris*, desain baju yang berlayer, menjuntai dan jatuh. (2) Makna tanda kecantikan yang ada dalam iklan vaseline body serum diantaranya terdiri dari tanda verbal dan tanda non verbal. Makna tanda verbal meliputi dialog model iklan mengenai kulitnya. Sebab kulit sebagai kecantikan luar yang lebih menonjol. Sedangkan untuk makna tanda non verbal tempo pengucapan lambat yang menunjukkan bahwa perempuan tersebut memiliki kepribadian (*inner beauty*) yang baik. Selain itu, cara berbicara yang lambat juga mencerminkan sosok perempuan yang rendah hati. (3) ideologi kecantikan dalam iklan Vaseline Body Serum ini meniru budaya kecantikan Indonesia yang tercermin dari ciri-ciri fisik model dan beberapa *outfite* yang dikenakan dalam iklan tersebut.