

(NO) ORDINARY GIRL

**(Penerimaan Penonton Mengenai Kecantikan Perempuan Pada
Corporate Advertising Clean & Clear Versi “1000 Suku Indonesia,
Warna Kulit Berbeda”)**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Phelia Nayumi

NRP.1423015098

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2018

SKRIPSI

(NO) ORDINARY GIRL

**(Penerimaan Penonton Mengenai Kecantikan Perempuan Pada
Corporate Advertising Clean & Clear Versi “1000 Suku Indonesia,
Warna Kulit Berbeda”)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Disusun oleh :

Phelia Nayumi

NRP.1423015098

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2018**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Phelia Nayumi

NRP : 1423015098

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

(*NO*) *ORDINARY GIRL* (Penerimaan Penonton Mengenai Kecantikan Perempuan Pada *Corporate Advertising Clean & Clear* Versi “1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda”) adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 20 Desember 2018

Penulis



Phelia Nayumi

NRP. 1423015098

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

(NO) ORDINARY GIRL

**PENERIMAAN PENONTON MENGENAI KECANTIKAN
PEREMPUAN PADA *CORPORATE ADVERTISING CLEAN &
CLEAR* VERSI “1000 SUKU INDONESIA, WARNA KULIT
BERBEDA”**

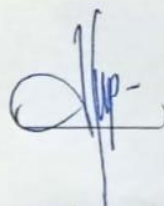
Oleh :

Phelia Nayumi

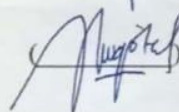
NRP. 1423015098

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan Putri H, S.Sos., M.I.Kom
NIK. 142.10.0651



Pembimbing II : Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIK. 142.15.0849



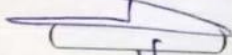


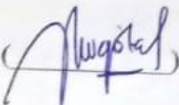
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
pada : 20 Desember 2018

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dewan Penguji :

1. Ketua : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.
NIK. 142.09.0647 
2. Sekretaris : Theresia Intan Putri, S.Sos., M.I.Kom. ()
NIK. 142.10.0651
3. Anggota : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si. 
NIK. 142.10.0659
4. Anggota : Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom ()
NIK. 142.15.0849

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Phelia Nayumi

NRP : 1423015098

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul :

(NO) ORDINARY GIRL (Penerimaan Penonton Mengenai Kecantikan Perempuan Pada *Corporate Advertising Clean & Clear* Versi “1000 SukuIndonesia, Warna Kulit Berbeda”)

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Desember 2018

Yang menyatakan



Phelia Nayumi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi yang berjudul (*NO*) *ORDINARY GIRL* (Penerimaan Penonton Mengenai Kecantikan Perempuan Pada *Corporate Advertising Clean & Clear* Versi “1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda”) ini penulis persembahkan kepada orang tua yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis selama melakukan perkuliahan hingga penulisan skripsi ini baik secara moral maupun materil, kepada dosen dan *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan dukungan berupa waktu dan ilmu, serta para sahabat, teman dekat dan pasangan dari penulis yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis selama melakukan penulisan dan menyelesaikan Skripsi ini.

“Jangan seorang pun menganggap engkau rendah karena engkau muda. Jadilah teladan bagi orang-orang percaya, dalam perkataanmu, dalam tingkah lakumu, dalam kasihmu, dalam kesetiaanmu dan dalam kesucianmu. 1 Timotius 4:12 (TB)”

Terima kasih

Surabaya, 20 Desember 2018

Phelia Nayumi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa berterima kasih

kepada beberapa pihak yang telah berperan besar bagi penulis dalam melaksanakan

penulisan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menyertai, memberikan pengarapan baru bagi penulis selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
2. Orang tua tercinta, papa dan mama yang telah memperjuangkan banyak hal dan mendukung penulis pada saat melakukan penulisan skripsi ini.
3. Adik-adik tersayang, Tika dan Dodo yang selalu memberikan semangat kepada penulis dan mau mendengarkan segala cerita dari penulis selama penulis melakukan penulisan skripsi ini.
4. Pasangan terkasih, Andre Gossidhy yang tidak ada henti-hentinya mendukung penulis dan selalu memberikan semangat pada saat penulis melakukan penulisan skripsi.
5. Dosen Pembimbing I penulis, kepada ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom yang yang telah membimbing dan

mengarahkan penulis dengan sabar agar dapat menulis skripsi dengan baik dan benar.

6. Dosen pembimbing II penulis, kepada ibu Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dengan sabar agar dapat menulis skripsi dengan baik dan benar.
7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah bersedia membantu penulis dalam hal-hal administrasi terkait segala kebutuhan penulisan skripsi
8. Kepada Hijauberseri, Ivanna, Dea, Gege, sebagai supporting system sejak awal perkuliahan hingga skripsi ini dapat selesai.
9. Kepada MTSFP, Maria Enggar, Tania, Stephanie, Febe yang selalu ada untuk penulis selama proses perkuliahan.
10. Kepada One Step Closer, Neffer, Arauna, Caroline dan Stefhanie Triana yang selalu ada dan memberikan dukungan kepada penulis pada saat menulis skripsi ini.
11. Kepada Vergiana Lestari, Rebecca, Nanda Cynthia, Christina Mega, Yovita Marsha, dkk yang selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis.
12. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan (Fikomers 2015) yang telah berjuang bersama sejak awal hingga sekarang.
13. Kepada seluruh informan, Oktovina, Devi, Philea, Angel, Vania dan Dina yang sangat membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
14. Kepada Amungkalamingki, Ayu Ditha, dan Yorin yang telah membantu memperkenalkan para informan sehingga skripsi ini dapat berjalan lancar.

Akhir kata penulis menyadari adanya kemungkinan kekurangan dalam penulisan penelitian ini. Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya dan sekaligus menjadi bahan referensi bagi teman-teman yang membutuhkan.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian	13
I.4 Batasan Masalah	13
I.5 Manfaat Penelitian	14
BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS	15
II.1 Tinjauan Pustaka	15

IV.1.2. Profil Informan	59
IV.1.2.1. Informan 1: Oktovina	59
IV.1.2.2. Informan 2 : Devi	60
IV.1.2.3. Informan 3 : Philea	62
IV.1.2.4. Informan 4 : Angel	63
IV.1.2.5. Informan 5 : Vania.....	64
IV.1.2.6. Informan 6 : Dina	65
IV.1.3. <i>Setting</i> Penelitian	66
IV.2. Hasil Temuan Data dan Pembahasan.....	67
IV.2.1. Keinginan Perempuan untuk Terlihat Putih.....	68
IV.2.2. Bangga dengan Warna Kulit Alami yang Dimiliki	72
IV.2.3. Kesempatan Yang Sama untuk Semua Warna Kulit.....	76
IV.2.4. Ideal Cantik Kosmopolitan pada Iklan	80
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	100
V.1 Kesimpulan	100
V.2. Saran	101
V.2.1. Saran Akademis.....	101
V.2.2. Saran Praktis.....	101

DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.1 Iklan Wajah Cerah Super Bersih dengan Garnier <i>Light Super Foam</i>	2
Gambar I.1.2 Iklan Biore Facial Foam The Courage.....	3
Gambar I.1.3 #Bangga Dengan Warna Kulitmu Led Taman Anggrek.....	6
Gambar 1.1.4 Iklan 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda by <i>Clean & Clear</i>	9
Gambar III.1. Analisis data Model Interaktif dari Miles dan Huberman	48
Gambar IV.1.1.1 Remaja perempuan bangga dengan warna kulit alami yang dimiliki	57
Gambar IV.1.1.2 Natural Bright Face Wash didesain khusus dan Gak harus jadi putih	58
Gambar IV.1.1.3 Peta Indonesia yang menunjukkan iklan ini ditujukan dari sabang sampai merauke	59
Gambar IV.1.1.4 Ajakan untuk setuju bahwa semua remaja perempuan punya kesempatan yang sama	59
Gambar IV.2.1.1 Peta Indonesia yang menunjukkan iklan ini ditujukan dari sabang sampai merauke	74

Gambar IV.2.5.1 Ajakan untuk setuju bahwa semua remaja perempuan punya kesempatan yang sama	78
Gambar IV.2.4.1 <i>Talent</i> dari iklan 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda.....	93
Gambar IV.2.4.2 <i>Talent</i> dari iklan 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda.....	94
Gambar IV.2.4.3 <i>Talent</i> dari iklan 1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda.....	95

ABSTRAK

Phelia Nayumi NRP.1423015098. (Penerimaan Penonton Mengenai Kecantikan Perempuan Pada *Corporate Advertising* Clean & Clear Versi “1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda”)

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana penerimaan penonton mengenai kecantikan perempuan pada *corporate advertising* Clean & Clear versi “1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda”. Peneliti menggunakan metode *reception analysis* dengan paradigma *encoding-decoding* milik Stuart Hall untuk melihat bagaimana penerimaan mengenai kecantikan khususnya warna kulit pada penonton.

Melalui metode *reception analysis* dengan paradigma *encoding-decoding*, peneliti menemukan letak penerimaan pada penonton berada dalam posisi *oppositional code*, karena penerimaan yang dilihat tidak hanya sekedar diatas permukaan saja yakni berdasarkan kata-kata yang disampaikan namun berdasarkan *frame of reference* dan *field of experience* yaitu setiap tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh informan sehari-hari salah satunya dalam penggunaan produk kecantikan. Pada penelitian ini, latar belakang etnis juga mempengaruhi penerimaan mengenai kecantikan khususnya warna kulit. Bagaimana penonton menerima pesan kecantikan yang disampaikan oleh Clean & Clear melalui iklan korporat versi “1000 Suku Indonesia, Warna Kulit Berbeda” dibahas secara detil didalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Reception Analysis*, Kecantikan, Warna Kulit, Iklan Korporat

ABSTRACT

Phelia Nayumi NRP.1423015098. *The Audience Reception About Woman's Beautiness in Clean & Clear Corporate Advertising in "1000 Indonesian Ethnic, Different Skin Color" Version*

The focus of this research is to know the form of audience reception about beautiness in Clean & Clear Corporate Advertising in "1000 Indonesian Ethnic, Different Skin Color". The researcher uses the reception analysis method with Stuart Hall's encoding-decoding to see how the audience reception about woman's beautiness especially audience's skin color.

Through the reception analysis method with encoding-decoding paradigm, the researcher has found that the audience reception is in oppositional code status, because the reception that seen isn't just the surface which based on the words that delivered but based on the frame of reference and the field of experience which in one of every action or behavior that the informant does is using the beauty product. In this research, the ethnic background is also affecting the reception about the beauty especially the skin color. How the audience recept the beauty message that delivered by Clean & Clear through Corporate Advertising in "1000 Indonesian Ethnic, Different Skin Color" is discussed in detail in this research.

Key words: Reception Analysis, Beautiness, Skin Color, Corporate Advertising