

**PENGGAMBARAN KOMODIFIKASI KECANTIKAN
PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN SK-II
VERSI *FUTURE ME***

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Samantha Makakombo
NRP.1423012107

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2016**

**PENGAMBARAN KOMODIFIKASI KECANTIKAN PEREMPUAN
DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN SK-II VERSI *FUTURE ME***

Diajukan untuk memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Samantha Makakombo
NRP.1423012107

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2016**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Samantha Makakombo

NRP : 1423012107

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul: **PENGGAMBARAN KOMODIFIKASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN SK-II VERSI *FUTURE ME*** 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,

Peneliti



Samantha Makakombo

NRP:1423012107

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGAMBARAN KOMODIFIKASI KECANTIKAN
PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN SK-II
VERSI *FUTURE ME***

Oleh:

Samantha Makakombo

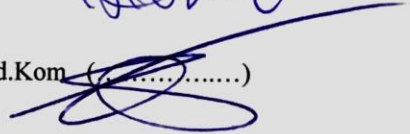
NRP: 1423012107

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

Pembimbing I: Noveina S. Dugis, S.Sos., M.A.
NIK. 142.11.0708



Pembimbing II: Anastasia Y.W, S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIK. 142.09.0634



Surabaya, 26 Agustus 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Proposal skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada: Senin, 19 September 2016



Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo
NIK. 142.LB.0882
2. Sekretaris : Anastasia Y.W, S.Sos., M.Med.Kom
NIK. 142.09.0634
3. Anggota : Noveina S. Dugis, S.Sos., M.A.
NIK. 142.11.0708
4. Anggota : Theresia Intan Putri H, S.Sos., M.I.Kom (.....)
NIK. 142.10.0651

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Samantha Makakombo

NRP : 1423012107

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : PENGAMBARAN KOMODIFIKASI KECANTIKAN
PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN SK-II VERSI
FUTURE ME

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

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

Surabaya,

Yang menyatakan,



KATA PERSEMBAHAN

“I will never leave you and I will never abandon you.”

(“Aku sekali-sekali tidak akan membiarkan engkau dan Aku sekali-kali tidak akan meninggalkan engkau ”)

–Ibrani 13:5–

Ia tidak pernah ingkar janji. terselesaikannya skripsi ini menjadi bentuk nyata dari Janji dan Kasih Setia-Nya. Kupersembahkan karya kecil ini bagi Papa dan Mama tersayang yang pula tak pernah ingkar janji untuk menyematkan doa, semangat dan dengan segala bentuk dukungan bagi peneliti dalam keadaan apapun. Peneliti pun mengharapkan agar karya ini menjadi berkat bagi siapa pun yang membacanya.

Terima kasih.

Surabaya, 16 September 2016

Samantha Makakombo

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat kasih karunia dan kuasanya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGAMBARAN KOMODIFIKASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN SK-II VERSI *FUTURE ME*”**. Peneliti membuat skripsi ini sebagai salah satu syarat wajib yang harus dilalui untuk menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Peneliti membuat skripsi dengan tujuan untuk sebagai referensi/bacaan untuk khalayak mengenai kajian media. Peneliti menyadari bahwa selsesainya skripsi ini tidak mungkin terjadi jika tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa perkuliahan, proses pengerjaan skripsi, hingga skripsi ini terselesaikan. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, peneliti diberi kelancaran untuk menyelesaikan laporan ini dengan baik
2. Orang tua yang teramat dikasihi, Maxmilian Makakombo, S.H, dan Berni Madong, terimakasih banyak atas doa, semangat, kasih sayang dan segala bentuk dukungan yang selalu diberikan kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Selain itu kepada kakak tersayang peneliti, Agatha Christie Makakombo yang telah mendukung, membantu, dan mendoakan agar laporan ini dapat selesai dengan baik.
4. Ibu Noveina S. Dugis, S.Sos., M.A. selaku dosen pembimbing dosen yang selalu dengan semangat memberikan saran dan solusi kepada peneliti untuk penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

5. Ibu Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos. M.Med.Kom. selaku pembimbing kedua yang dengan sabar selalu memberikan pengetahuan yang penting bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk sahabat baik peneliti di kampus yang selalu memberikan tawa semangat dan dukungan doa, Yuliana, Ratri Nalayani, Lidya Siku, Anisa Dewi Anggraini, Damara, Hanna Amanda, Ida Nurdiana, Lina Lathif, Roland Riwu, Theodore Markus Abadie, Enos Aditya, Indah Handayani.
7. Untuk sahabat dan keluarga peneliti yang tidak bosannya memberikan semangat dan doa, Issabella Valentine Hulliselan, Dani Robertus Tanalepie, seluruh anggota Gerakan Pemuda GPIB Bukit Kasih, Chrimery Herpradiantari, Avedo Satya Mandiri, Cicilia Anggi Mayangsari, Cornelya Gonstary, Yoanda Adhistry, Jennifer Kosasih, dan semua kerabat yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih.
8. Terakhir untuk berbagai pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih telah memberi dukungan doa dan semangat agar menyelesaikan skripsi ini.

Demikian ucapan terima kasih peneliti atas dukungan dari berbagai pihak, tetapi peneliti dapat menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan ataupun kekurangan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan masukan, berupa kritik dan saran-saran untuk memperbaiki skripsi ini. Semoga skripsi ini memberi wawasan baik bagi peneliti dan pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	14
I.3 Tujuan Penelitian.....	14
I.4 Batasan Masalah.....	14
I.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS.....	16
II.1 Media dan Proses Representasi.....	16
II.2 Kecantikan Perempuan dan Konstruksi dalam Iklan.....	19
II.3 Kecantikan Perempuan sebagai Komoditas.....	22
II.4 Semiotika.....	25
BAB III. METODE PENELITIAN.....	28
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	28

III.2 Metode Penelitian.....	28
III.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	29
III.4 Unit Analisis.....	30
III.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
III.6 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	34
IV.2 Temuan Data dan Pembahasan.....	42
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
V.1 Kesimpulan.....	79
V.2 Saran.....	80
V.2.1 Saran Akademik.....	80
V.2.2 Saran Praktis.....	81
DAFTAR PUSTAKA	82

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Contoh Identifikasi Tanda	
Pada Iklan Produk Kecantikan SK II	33
Tabel IV.1. Identifikasi Tanda	
Pada Iklan Produk Kecantikan SK-II	43
Tabel IV.2. Icon 1 Perempuan Urban dan Penampilannya	47
Tabel IV.3. Icon 2 Perempuan dan Gaya Hidup Sehat	52
Tabel IV.4. Icon 3 Perempuan dan Teknologi	60
Tabel IV.5. Icon 4 Perempuan Upper-Middle Class	65
Tabel IV.6. Index 5 Relasi Berkualitas	69
Tabel IV.7. Symbol 6 Perempuan dan Pola Hidup Sehat	72
Tabel IV.8. Symbol 7 Change Destiny	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Iklan Bumbu Masak Desaku	6
Gambar I.2. Iklan Susu Diet WRP On The Go	7
Gambar I.3. Iklan Estee Lauder Advanced Night Repair	10
Gambar I.4. Iklan Shiseido New White Lucent	10
Gambar I.5. Iklan SK-II Versi Future Me	11
Gambar III.1. Teori Segitiga Pierce	32
Gambar IV.1. Logo Procter and Gamble	34
Gambar IV.2. Bentuk Tubuh Perempuan Dari Masa ke Masa	57

ABSTRAK

Samantha Makakombo NRP 1423012107. *Penggambaran Komodifikasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Produk Kecantikan SK-II Versi Future Me*

Penelitian ini mengungkapkan bagaimana penggambaran Komodifikasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Produk Kecantikan SK-II Versi Future Me. Peneliti menggunakan metode analisis semiotik Charles Sanders Peirce guna melihat penggambaran komodifikasi kecantikan perempuan yang terlihat dalam iklan SK-II versi Future Me. Dengan berfokus pada tanda yang dilihat berdasarkan objek dan *interpretant*, peneliti menemukan penggambaran komodifikasi kecantikan perempuan yang di kemas cukup berbeda dibandingkan iklan lain yang sejenis dan di dalam iklan ini tidak menampilkan bentuk fisik dari produk kecantikan itu sendiri sehingga kecantikan perempuan adalah bukan lagi hanya berfokus pada produk dari SK-II melainkan perempuan itu sendiri yang sebagai bentuk komodifikasi dengan membentuk sebuah alternatif baru tentang kecantikan perempuan yang digambarkan dengan gaya hidup yang meningkatkan kualitas hidup.

Kata kunci: penggambaran, semiotika, peirce, komodifikasi, kecantikan perempuan, iklan produk kecantikan.

ABSTRACT

Samantha Makakombo NRP 1423012107. *THE DEPICTION OF THE COMMODIFICATION OF FEMALE BEAUTY IN BEAUTY PRODUCT ADVERTISING OF SK-II FUTURE ME VERSION.*

This study reveals how the Depiction of Commodification of Female Beauty in Beauty Product Advertising SK-II Future Me Version. Researcher using Charles Sanders Pierce semiotic analysis to see depictions of the commodification of female beauty is seen in advertising SK-II version of Future Me. By focusing on the sign is seen by the object and interpretant, researcher found the depiction of the commodification of female beauty are packed quite different than other similar ads and in these ads do not show the physical form of the cosmetic product itself so that the beauty of women is no longer just focus on SK-II products but that as a form of commodification by forming a new alternative about the beauty of women is portrayed with a lifestyle that improves quality of life.

Keywords: depiction, semiotic, pierce, commodification, female beauty, beauty product, advertising.