

SKRIPSI

**MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN
TELEVISI YOU C1000 VITAMIN ‘BATIK’ – LEILA LOPES**



Disusun Oleh:

ANGELINA GRACIA AGUSTA EGE

1423011117

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2015

**MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN
TELEVISI YOU C1000 VITAMIN ‘BATIK’ – LEILA LOPES**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh:

ANGELINA GRACIA AGUSTA EGE

1423011117

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2015

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Angelina Gracia Agusta Ege

NRP : 1423011117

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI YOU C1000 VITAMIN 'BATIK' – LEILA LOPES, adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 24 Juli 2015

Penulis,



Angelina Gracia Agusta Ege

NRP. 1423011117

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN
TELEVISI YOU C1000 VITAMIN 'BATIK' – LEILA LOPES**

Oleh:

ANGELINA GRACIA AGUSTA EGE

NRP. 1423011117

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

Pembimbing I : Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.

NIK. 142.10.0659



Pembimbing II : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo

NIK. 142.LB.0882



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: Kamis, tanggal 09 Juli 2015.

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji:

1. Ketua : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom. ()
NIK. 142.09.0634
2. Sekretaris : Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo
NIK. 142.LB.0882
3. Anggota : Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom. ()
NIK. 142.10.0651
4. Anggota : Drs. Nanang Krisdinanto., M.Si.
NIK. 142.10.0659

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Angelina Gracia Agusta Ege

NRP : 1423011117

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI YOU C1000 VITAMIN 'BATIK' – LEILA LOPES**

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 karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Juli 2015

Yang menyatakan,



Angelina Gracia Agusta Ege

HALAMAN PERSEMBAHAN

Aku membawa hatimu, aku membawanya dalam hatiku (E.E. Cummings)

Meski terasa berat berjuang dalam kesendirian, perjuangan selama 4 tahun berujung pada terwujudnya skripsi yang akhirnya peneliti persembahkan pada sosok yang menjadi sumber kekuatan saat harapan menjadi tipis. Terima kasih, Pa. Dan juga untuk wanita yang dalam diamnya adalah doa, untuk cinta yang nyata. Terima kasih, Ma.

Surabaya, 24 Juli 2015

Angelina Gracia Augusta Ege

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti haturkan ke hadirat Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas segala berkat dan rahmat yang tidak ada habisnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI YOU C1000 VITAMIN 'BATIK' – LEILA LOPES. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya mandala Surabaya.

Secara kekeluruhan skripsi ini berisikan penelitian tentang makna kecantikan perempuan yang terwujud dalam iklan YOU C1000 Vitamin 'Batik' versi Leila Lopes. Makna kecantikan perempuan tidak lagi terpaku pada konstruksi media massa yang mengkategorisasikan kecantikan perempuan, tapi kecantikan perempuan menjadi kompleks tanpa mengabaikan kelompok perempuan lain yang jauh dari konstruksi media massa pada umumnya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kerendahan hati berbagai pihak yang selalu memberikan dukungan dan perhatian kepada peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Agustinus Dapa Loka, sosok yang tidak pernah berhenti memberikan kepercayaan dan menjadi sumber kekuatan saat peneliti menjadi pesimis. Terimakasih, Papa.
2. Anastasia Talu Tadi. Terimakasih untuk cintamu yang nyata.
3. Felisitas Prima Augusta Ege dan Beatrix Millenia Augusta Ege. Terimakasih untuk doa dan dukungan yang diberikan.

4. Drs. Nanang Krisdinanto., M.Si dan Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk kerendahan hatinya memberikan kepercayaan, kesempatan, dukungan kepada peneliti.
5. Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) yang selalu mengingatkan dan mendukung peneliti sehingga peneliti mendapatkan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, Finsensius Yuli Purnama., S.Sos., M.Med.Kom., Anastasia Yuni Widyaningrum., S.Sos., M.Med.Kom., Theresia Intan P. H., S.Sos., M.I.Kom., Drs. Nanang Krisdinanto., M.Si., Dr. Judy Djoko Wahjono Tjahjo, Maria Yuliasuti., M.Med.Kom., Ign. Rys Deddy., S.Sos., M.Si., Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si., Noveina Silviyani Dugis., S.Sos., MA. Terimakasih atas segala dukungan dan kesempatan yang diberikan kepada peneliti untuk menjadi bagian dari perjalanan yang berharga selama 4 tahun di Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS.
7. Staf Fakultas Ilmu Komunikasi, Aji Tina dan Djati atas uluran yang tidak terhitung jumlahnya kepada peneliti. Terimakasih untuk kesabaran dan kerendahan hatinya membantu peneliti selama menempuh studi di Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS.

8. Teman-teman FIKOM 2011: Regina Caelli, Grace Nabella, Fanny Marchelina, Evelyn Natalie, dan kepada teman-teman lainnya. Terimakasih atas pengalaman yang berharga yang kita alami selama 4 tahun menempuh studi di Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS. Terimakasih telah menjadi bagian dari proses hidup peneliti.
9. Emanuel Dapa Loka yang selalu memberikan sumbangan pikiran, perhatian, dukungan, dan doa kepada peneliti. Terima kasih, Pa.
10. Sahabat, saudariku Anastasia Fitriany Tage. Yang tanpa dia tahu telah menjadi salah satu sumber kebahagiaan peneliti. Terimakasih untuk kesediaannya membantu peneliti dalam keadaan apapun.
11. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang dengan caranya masing-masing membantu penulis untuk tetap semangat mengerjakan skripsi ini. Kiranya Tuhan selalu memberikan Berkat dan RahmatNya kepada kalian. Terlepas dari itu semua, peneliti menyadari bahwa adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Dan peneliti berharap, skripsi ini bermanfaat sebagai referensi bagi para pembaca, khususnya adik-adik angkatan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ...	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	7

I.3. Tujuan Penelitian	8
I.4. Batasan Penelitian	8
I.5. Manfaat Penelitian	8
1.5.1. Manfaat Akademis	8
1.5.2. Manfaat Praktis	9
BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS	
II.1. Kecantikan Perempuan	10
II.2. Tanda dan Makna	13
II.3. Perempuan dalam Iklan	15
II.4. <i>Brand Ambassador</i>	17
II.5. Semiotika sebagai Metode Analisis dalam iklan	18
II.5.1. Semiotika Charles S. Peirce	19
II.6. Bagan Kerangka Konseptual	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	22
III.2. Metode Penelitian	22
III.3. Subjek Penelitian Obyek Penelitian.....	23
III.4. Unit Analisis	24

III.5. Teknik Pengumpulan Data	24
III.6. Teknik Analisis Data	24
III.7. Triangulasi Data	26
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
IV.1. Gambaran Umum Subyek dan Obyek Penelitian	28
IV.1.1. Iklan YOU C1000 Vitamin	28
IV.1.2. Profil <i>Brand Ambassador</i> YOU C1000 Vitamin...	40
IV.2. Analisis Tanda	33
IV.2.1. Ikon	33
IV.2.2. Indeks	40
IV.2.3. Simbol	45
IV. 3. Pembahasan	54
IV.3.1. Pembahasan Hasil Analisis Tanda	54
IV.3.2. Makna Kecantikan Perempuan dalam Iklan YOU C1000 Vitamin ‘Batik’ – Leila Lopes	57
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1. Kesimpulan	60
V.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

IV.1. Interpretasi Makna Tanda Tipe Ikon	33
IV.2. Interpretasi Makna Tanda Tipe Indeks	40
IV.3. Interpretasi Makna Tanda Tipe Simbol	46
IV.4. <i>Color Schemes</i>	48

DAFTAR GAMBAR

I.1. Potongan adengan iklan Pompa Air SHIMIZU	5
II.1. Elemen-elemen Makna dari Peirce	14
II.2. Kategori Tipe-tipe tanda Peirce	19
II.3. Bagan Kerangka Konseptual	21
III.1. Segitiga elemen makna Peirce	25
IV.1. Leila Lopes	31
IV.2. Leila Lopes mengkomsumsi YOU C1000 Vitamin	33
IV.3. Latar belakang kain batik warna-warni	34
IV.4. Gaun Leila Lopes	34
IV.5. Rambut hitam dan ikal Leila Lopes	40
IV.6. Leila Lopes menoleh ke belakang sambil tersenyum	40
IV.7. Sorot mata Leila Lopes	41
IV.8. Postur Tubuh Leila Lopes	41
IV.9. Warna Pakaian Leila Lopes	46
IV.10. Slogan YOU C1000	46

ABSTRAK

Angelina Gracia Agusta Ege NRP. 1423011117. Makna Kecantikan Perempuan dalam Iklan Televisi YOU C1000 Vitamin ‘Batik’ – Leila Lopes.

Penelitian ini mengungkap bagaimana iklan televisi YOU C1000 Vitamin ‘Batik’ versi Leila Lopes memaknai kecantikan perempuan. Peneliti menggunakan metode analisis semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sander Peirce, yaitu dengan menggunakan segitiga makna yang terdiri dari ikon, indeks, dan simbol untuk melihat pemaknaan kecantikan perempuan yang terdapat dalam iklan televisi YOU C1000 Vitamin ‘Batik’ versi Leila Lopes. Pemaknaan kecantikan perempuan tersebut akan dilihat dari tanda-tanda dan kode-kode yang terdapat dalam iklan tersebut.

Dengan analisis semiotika yang dikembangkan oleh Charles S. Peirce, peneliti menemukan bahwa iklan YOU C1000 menunjukkan makna kecantikan perempuan melalui cara yang berbeda dibandingkan iklan produk kecantikan pada umumnya yang mengkategorikan kecantikan dengan cara yang sempit. YOU C1000 Vitamin memperluas makna kecantikan perempuan melalui *brand ambassador* YOU C1000, Leila Lopes. Makna kecantikan yang digambarkan dalam iklan YOU C1000 Vitamin adalah kecantikan yang bersumber dari dalam tanpa melihat warna kulit. Dalam iklan tersebut, warna kulit tidak menjadi ukuran kecantikan perempuan. Justru keragaman warna kulit perempuan membuat dunia terlihat menarik. Kecantikan bukanlah sesuatu yang tetap dan seragam, namun kecantikan adalah sesuatu yang kompleks dan tidak dapat dikategorisasikan.

Kata kunci: Iklan Televisi, Makna Kecantikan, Analisis Semiotika.

ABSTRACT

Angelina Gracia Agusta Ege NRP. 1423011117. *The Meaning of Women's Beauty in YOU C1000 Vitamin 'Batik' Television Commercial - Leila Lopes.*

This research reveals how television commercial YOU C1000 Vitamin 'Batik' version of Leila Lopes interpret the beauty of women. Researchers use semiotic analysis method developed by Charles Sander Peirce, in which by using a triangle meaning consisting of icons, indices, and symbols to see the means of beauty of women found in television advertising YOU C1000 'Batik' version of Leila Lopes. The significance of beauty of women will be seen from the signs and codes found in that advertisement.

With the semiotic analysis developed by Charles S. Peirce, Researchers found that advertisement YOU C1000 shows the meaning of beauty of women through different ways compared to the advertisements of beauty products in general which categorizes beauty in a way that is narrow. YOU C1000 broaden the meaning of beauty of women through a brand ambassador YOU C1000, Leila Lopes. Meaning of beauty depicted in ad YOU C1000 vitamin is a beauty that comes from inside regardless of skin color. In the advertisement mentioned, skin color cannot be a measure of women's beauty. In fact it is the diversities color of women's skin that makes the world attractive. Beauty is not something fixed and uniform, but beauty is something that is complex and cannot be categorized.

Keywords: *Television Commercial (Ad), Meaning of Beauty, Semiotic Analysis.*