



MITOLOGI “CANTIK” DALAM IKLAN

MEDIA CETAK

(Analisis Semiotika Roland Barthes tentang Mitologi Cantik Wanita Berkulit Gelap dalam Iklan Revlon)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communications

Disusun oleh :

LUSIA BUNGA ADIATI

44309120048

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013



Bidang Studi Advertising & Marketing Communication
Fakultas Ilmu Komunikas
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : MITOLOGI "CANTIK" DALAM IKLAN
MEDIA CETAK (Analisis Semiotika Roland Barthes
tentang Mitologi Cantik Wanita Berkulit Gelap dalam Iklan
Revlon)

Nama : Lusia Bunga Adiati

NIM : 44309120048

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, June 2013

Mengetahui,

Pembimbing Skripsi

(Dr. Farid Hamid U., S.Sos.,M.Si.)

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Judul : MITOLOGI "CANTIK" DALAM IKLAN
MEDIA CETAK (Analisis Semiotika Roland Barthes
tentang Mitologi Cantik Wanita Berkulit Gelap dalam Iklan
Revlon)

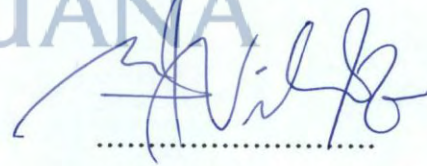
Nama : Lusia Bunga Adiati

NIM : 44309120048

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

1. Ketua Sidang
(SM. Niken Restaty, M.Si)



2. Penguji Ahli
(Dewi Sad Tanti, M.Si)



3. Pembimbing
(Dr. Farid Hamid U., S.Sos.,M.Si.)



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : MITOLOGI "CANTIK" DALAM IKLAN
MEDIA CETAK (Analisis Semiotika Roland Barthes
tentang Representasi Cantik Wanita Berkulit Gelap dalam Iklan
Revlon)


Nama : Lusia Bunga Adiati

NIM : 44309120048

Fakultas : Ilmu Komunikasi

BidangStudi : Advertising and Marketing Communication

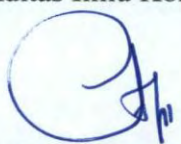
Jakarta, June 2013
Disetujui dan diterima oleh
Pembimbing Skripsi



(Dr. Farid Hamid U., S.Sos.,M.Si.)


Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair,M.Si)

KetuaBidangStudi
Advertising and Marketing Communication



(Yoyoh Hereyah,M.Si)

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Komunikasi Sebagai Konstruksi dan Reproduksi Tanda dan Makna	13
2.2 Semiotika Roland Barthes	16
2.3 Semiotika Visual Sebagai Pembaca Tanda.....	19
2.4 Iklan Media Cetak.....	20
2.5 Internet	27
2.6 Representasi Perempuan dalam Media.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Tipe Penelitian.....	30
3.2. Metode Penelitian.....	31
3.3 Unit Analisis.....	33
3.4. Fokus Penelitian.....	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data	34
3.6. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	36

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	36
4.2 Analisis Revlon Colorstay Aqua.....	41
4.3 Analisis Helle Berry sebagai endorser Revlon.....	41
4.4 Hasil Penelitian.....	42
4.4.1 Identifikasi Kulit Putih vs Kulit Gelap.....	42
4.4.2 Analisis iklan Revlon Colorstay Aqua.....	49
4.4.3 Pembahasan.....	55
4.4.3.1 Berkulit Gelap, Senyuman Tajam, Berambut	
Pendek adalah Simbol Keseksian Baru.....	57
4.4.3.2 Persepsi Kecantikan bahwa putih itu identik	
dengan cantik.....	59
4.4.3.3 Pesona Kulit Hitam Mengalahkan Kecantikan	
Kulit Putih.....	60
4.4.3.3.1 Eksotis.....	60
4.4.3.3.2 Keuntungan.....	60
4.4.3.4 Warna Kulit Gelap adalah Simbol Kulit Sehat.....	64
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Akademis.....	66
5.2.2 Saran Praktis.....	67

DAFTAR PUSTAKA..... 69

Curriculum Vitae



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Pesan Linguistik	51
Tabel 4.2	Pesan Ikonik Terkodekan	52
Tabel 4.3	Pesan Ikonik Tak Terkodekan	55
Tabel 4.4.:	Bagan Perubahan Makna yang Menyangkut Representasi Kecantikan	56



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan Penelitian Skripsi yang berjudul MITOLOGI “CANTIK” DALAM IKLAN MEDIA CETAK (Analisis Semiotika Roland Barthes tentang Mitologi Cantik Wanita Berkulit Gelap dalam Iklan Revlon). Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam melaksanakan Penelitian Skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Advertising dan Marketing Communication di Universitas Mercubuana.

Dalam penyusunan Penelitian Skripsi ini, Peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid, S. Sos, M.Si, sebagai pembimbing atas saran dan arahnya sepanjang penulisan skripsi ini.
2. Orangtua, adik dan sepupu tercinta atas kasih sayang yang tiada hentinya.
3. Frater Heri Setiawan yang senantiasa menjadi teman konsultasi selama skripsi ini dibuat oleh Peneliti.
4. Romo Nugroho Agoeng Sriwidodo dan Bruder Dieng Karnedi yang selalu membawa nama saya dalam doa sehingga selalu tekun dalam penulisan skripsi ini.
5. My nyetong Fuji dalam memberikan semangat selama skripsi ini dibuat.
6. Farah, Vicko, Ramone yang selalu menemani saya sejak awal skripsi ini.
7. Myrna Pranowo yang senantiasa menemani saya sehingga skripsi ini bias diselesaikan dengan baik.
8. Nomnomers saya tercinta Mas Indra, Abah Eja, Juki dan Aldi yang bersedia menemani saya dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Coco Arie & Caca Fitri atas dukungannya selama penyelesaian skripsi ini.

Saya menyadari bahwa Penelitian ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saya mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini dapat berguna di kemudian hari.

Jakarta, June 2013

Penulis

Bunga Adiati

ABSTRAKSI

Lusia Bunga Adiati (44309120048)

MITOLOGI “CANTIK” DALAM IKLAN MEDIA CETAK (Analisis Semiotika Roland Barthes tentang Representasi Cantik Wanita Berkulit Gelap dalam Iklan Revlon)

1-x+72 halaman + 4 tabel + riwayat hidup

Banyak penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi konsep kecantikan wanita berdasarkan ciri-ciri tertentu, misalnya ciri warna kulit, bentuk tubuh, warna dan panjang rambut, dan lainnya. Ciri-ciri cantik tersebut semakin menyatu dalam masyarakat berkat media yang secara kuat menyosialisasikannya. Secara khusus, iklan kecantikan memainkan peran yang besar dalam membentuk makna tentang kecantikan. Iklan tidak hanya menawarkan produk, tetapi dengan seni visual dan audio yang canggih, tersembunyi usaha membentuk gambaran tentang cantik kepada masyarakat. Skripsi ini bermaksud meneliti iklan yang menawarkan konsep cantik secara agak berbeda. Secara khusus skripsi akan meneliti iklan Revlon dalam majalah Cosmopolitan yang menggunakan pemeran perempuan berkulit hitam. Dengan melakukan penelitian terhadap iklan ini diharapkan akan menghasilkan suatu pandangan „cantik“ yang sedang ditawarkan oleh iklan Revlon.

Roland Barthes, seorang pemikir Perancis mutakhir memiliki pandangan semiotika untuk mengupas seputar pemberian makna suatu teks, termasuk di dalamnya suatu gambar visual. Teori semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa tanda terdiri atas dua elemen: *signifier* dan *signified* yang relasional, non-linguistik atau tanda konotatif. Signifikasi adalah gejala menghubungkan *signifier* dengan *signified*. Gejala pemaknaan ini ditentukan oleh sistem-sistem signifikasi: kesatuan *signifier* dengan *signified*, sistem signifikasi konotatif, hubungan-hubungan tanda simbolik, paradigmatis, dan sintagmatik, dan sistem kekuatan obyektif (*langue*) sebagai acuan pemaknaan serta kebebasan subyektif (*parole*) untuk mengkombinasikan tanda.

Pemikiran semiotika Roland Barthes menelanjangi maksud-maksud tersembunyi di dalam suatu tanda yang disebut Barthes sebagai mitologi. Dengan menggunakan semiotika Roland Barthes, iklan Revlon dengan pemeran Halle Barry diteliti secara terperinci. Penulis akan secara lebih mendetail melihat gambar bintang iklan yang ditampilkan meliputi warna kulit, postur tubuh, warna dan panjang rambut, posisi tubuh, serta pakaian dan aksesoris yang digunakan. Sedangkan tulisan yang diteliti adalah setiap tulisan yang ada dalam iklan Revlon itu. Secara lebih khusus, figur perempuan yang ditampilkan secara dominan akan lebih menjadi fokus perhatian.

Iklan Revlon menawarkan konsep kecantikan tertentu yakni berkulit gelap, memiliki senyuman yang tajam, berambut pendek. Itu adalah suatu simbol keseksian yang baru. Iklan Revlon ini jauh lebih tertarik dengan pesona kulit hitam, yang mencerminkan keanggunan tersendiri. Wanita berkulit gelap tidak hanya memiliki pesona kulit hitam yang eksotis, namun juga kelebihan tersendiri. Bagi sebagian orang, kulit hitam terkadang memiliki kelebihan tersendiri yaitu terlihat lebih seksi atau eksotis. Kulit hitam dapat memberikan kesan seksi dan anggun pada seseorang. Pesona kulit hitam ternyata juga menjadikan pemiliknya lebih kuat dan tahan banting. Kulit dengan pigmen gelap sangat baik untuk kesehatan kulit. Kesehatan kulit

sangatlah penting dibandingkan dengan warna kulit, dengan kulit yang sehat akan membuat kulit tidak rentan terkena stres dan membuatnya awet muda. Warna kulit gelap juga menyimbolkan kulit yang sehat. Kecantikan ternyata bersandingan dengan kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan beberapa hal diantaranya yaitu kulit gelap dianggap lebih seksi, lebih sensual dan eksotis, selain itu kulit gelap dianggap lebih sehat karena tampak lebih berkilau.

