

ABSTRAK

AYU INTAN PARAMITHA PATMAWATI SUSANTO
44114010172

REPRESENTASI TUBUH WANITA DALAM IKLAN SABUN LUX DI TELEVISI
(Analisis Semiotika Roland Barthes)

TAHUN 2018, JUMLAH HALAMAN 87, DAFTAR PUSTAKA 3

LUX merupakan salah satu produk sabun kecantikan dari Unilever. Iklan sabun mandi LUX selalu menampilkan perempuan-perempuan cantik untuk menjadi ikon produknya. Karena identik dengan iklan yang eksklusif dan bintang-bintang papan atas Indonesia, iklan LUX selalu menarik dan disukai pemirsanya baik laki-laki maupun perempuan. Iklan dalam produk sabun kecantikan LUX rupanya mempunyai banyak makna yang terpendam. Representasi yang ditampilkan oleh model perempuan dalam iklan tersebut ternyata memuat banyak ideologi yang sengaja ditampilkan secara implisit.

Ada dua proses representasi yaitu representasi mental dan representasi bahasa. Representasi mental adalah konsep tentang "sesuatu" yang ada di kepala kita masing-masing, representasi ini masih berbentuk sesuatu yang abstrak. Sedangkan representasi bahasa adalah representasi yang berperan penting dalam konstruksi makna. Konsep abstrak yang ada dalam kepala kita diterjemahkan dalam bahasa yang lazim, supaya kita dapat menghubungkan konsep dan ide-ide kita tentang sesuatu dengan tanda-tanda dan simbol - simbol tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotika dari Roland Barthes. Metode semiotika dari Roland Barthes sangat cocok untuk dijadikan pisau analisis dalam penelitian ini karena bisa mengungkap makna-makna tersembunyi di dalam teks, tanda, serta mitos dalam iklan sabun LUX.

Penelitian ini menggunakan iklan LUX di televisi versi objek Tamara Bleszynki, Dian Sastrowadoyo, Atiqah Hasiholan dan Mariana Renata. Observasi mendalam dilakukan terhadap iklan sehingga bisa didapatkan deskripsi iklan yang mendetail. Deskripsi ini meliputi aspek visual dan verbal pada iklan tersebut. Analisis semiotik ini akan menemukan makna-makna teks yang tersembunyi. Kemewahan dan keglamouran visual iklan ini memberikan makna bagi konsumennya ketika kita telah memakai sabun LUX, identitas kita akan naik serupa bintang karena aura kita telah sama dengan para bintang.

Kata kunci : *representasi, iklan, semiotika, tubuh wanita.*