



Universitas Mercu Buana  
Fakutas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Visual and Art Communication  
Esti Setiowati  
44411010021

Reresentasi Sensualitas Bunga Citra Lestari dalam Iklan Sabun Lux Soft Touch  
Versi Love Bunga Citra Lestari & Ashraf Sinclair.  
Jumlah Halaman : 168 halaman  
Bibliografi : 34 acuan 2002-2012

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji fenomena sensualitas wanita sebagai bintang iklan produk sabun mandi dari Iklan Lux Soft Touch Versi Love Bunga Citra Lestari & Ashraf Sinclair. Penelitian ini menggunakan metode Sensual Advertising untuk menarik perhatian konsumen, dengan target konsumen yaitu wanita. Iklan ini menggambarkan seorang perempuan yang menggunakan Sabun Lux Soft Touch untuk menggoda pasangannya dengan ekspresi wajah dan bahasa tubuh yang sensual.

Teori Semiotika Roland Barthes digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis iklan televisi sebagai proses pertukaran tanda dan makna. Analisis yang dilakukan terhadap ekspresi wajah dan isyarat tubuh dari model iklan, sensualitas perempuan dalam iklan, romantis, pemaknaan, mitos, ideologi yang terkandung dalam iklan tersebut.

Metode Penelitian Kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kualitatif. Data analisis dari pendekatan konsep tanda yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu: Pesan Linguistik, Pesan Ikonik Terkodekan, Pesan Ikonik Tak Terkodekan dan mitos yang kemudian dianalisis secara deskriptif.

Penelitian ini menemukan bahwa makna dari sensualitas pada iklan tersebut menunjukkan seolah pengiklan menciptakan produk Lux Soft Touch dengan tujuan memenuhi keinginan, kepuasan, rasa percaya diri wanita untuk melakukan hubungan dengan pria. Iklan ini bertujuan menarik perhatian khalayak sehingga digambarkan wanita dewasa, cantik, sensual, dan modern.