



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Marketing Communication and Advertising*  
Elvrida Damayanti  
44311010046

Mitologi Cantik dalam iklan WRP 6 Days Versi “Lift” (analisis semiotika terhadap iklan TVC WRP versi “Lift”)

Jumlah halaman : xi + 99 Halaman

Bibliografi : 27 acuan, Tahun 2011-2014

## ABSTRAK

Produk perlu di iklankan, iklan penuh dengan simbol serta tanda yang sengaja dimasukkan ke dalam iklan. Begitupun dengan iklan WRP yang penuh dengan simbol dan tanda yang terdapat dalam iklannya. WRP sendiri mengangkat unsur “cantik” pada iklan TV yang disampaikannya untuk memberikan informasi dan pesan kepada masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan menggunakan paradigma teori konstruktivisme dan metode penelitian yang digunakan adalah analisa semiotika, analisis semiotika yang digunakan oleh peneliti adalah model semiotika roland barthes dengan melakukan signifikansi dua tahap dalam proses penelitian yang diteliti.

Hasil penelitian ini membahas mengenai mitologi cantik yang terdapat pada iklan televisi WRP versi “Lift” dengan memperhatikan setiap unsur tanda, penanda, petanda dan menemukan makna denotasi serta makna konotasi pada aspek visual, audio, dan pesan iklan. Dengan demikian, peneliti dapat menemukan mitos cantik yang tersembunyi yaitu cantik eksistensialisme dimana seseorang tidak puas dengan dirinya sendiri namun ingin menjadi orang lain agar terlihat lebih baik dan menarik, ketika puas dengan dirinya ia ingin menunjukkan siapa dia melalui tubuhnya.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa didalam iklan WRP terdapat mitos cantik dan terdapat makna baru cantik yang telah didapatkan peneliti dalam penelitian ini bahwa cantik didalam iklan WRP adalah cantik yang diraih untuk memuaskan diri sendiri dan percaya diri hanya karena cantik.