

REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM IKLAN KOSMETIK BERBAHASA INDONESIA PADA MAJALAH GADIS : KAJIAN SEMIOTIKA SOSIAL

Rita Parwanti

KKB KK-2 FS BI 02/09 Par r

Pembimbing : Drs Edy Sugiri M.Hum

ADVERTISING MASS MEDIA

2009

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Representasi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik Berbahasa Indonesia pada Majalah *Gadis*” ini menggunakan kajian semiotika sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan sistem tanda dalam iklan di majalah *Gadis* yang merepresentasikan kecantikan wanita serta mengetahui makna persuasif pada sistem tanda iklan di majalah *Gadis*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika, teori lexis, dan didukung dengan teori persuasif.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang menganalisis sistem tanda dan makna iklan di majalah *Gadis*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa representasi kecantikan dalam iklan-iklan majalah *Gadis* berkecenderungan muncul pada tanda nonverbal, terlihat dari tampilan gambar wajah dan posisi tubuh model wanita. Pada tanda verbal, representasi kecantikan bisa muncul jika dikaitkan dengan tanda dengan tanda nonverbal, atau adanya relasi antara objek-konteks-teks. Selain itu, karena representasi kecantikan juga banyak terlihat dari lexis kongruen dan lexis atitudinal. Dengan demikian, sistem tanda iklan (verbal dan tanda nonverbal) mampu melahirkan makna yang bersifat persuasif pada masyarakat. Makna-makna persuasif yang terkandung dalam sistem tanda berupa makna denotasi dan konotasi. Makna persuasif tanda nonverbal cenderung bersifat konotatif persuasif sedangkan tanda verbal cenderung bersifat denotatif persuasif. Namun, tanda verbal juga dapat bersifat konotatif persuasif jika dikaitkan dengan tanda nonverbal. Kecenderungan lexis yang muncul dalam tanda berupa (1) lexis kongruen yang bersifat denotatif persuasif, (2) lexis atitudinal yang bersifat denotatif persuasif, (3) lexis deskriptif yang bersifat denotatif persuasif. Iklan membawa wacana bahwa kulit yang putih direpresentasikan sebagai sesuatu yang disukai atau diinginkan dan juga dianggap menjadi sebagai yang ideal, sehingga kulit yang putih menjadi suatu fantasi, sesuatu yang harus dicapai, suatu konsep yang mendefinisikan kecantikan berdasarkan sesuatu yang dianggap bukan milik atau bagian dari yang memandang.

Kata kunci: sistem tanda, representasi kecantikan, iklan, lexis, makna persuasif.