

**REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM IKLAN: (ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN 25 TAHUN WARDAH
DI YOUTUBE)**

Savira Amanda

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

ABSTRAK

Konsep kecantikan merupakan hal yang bersifat relatif. Namun tanpa disadari dalam penerapannya kecantikan memiliki standarisasi yang terkonstruksi melalui tayangan di media, salah satunya adalah iklan. Iklan merupakan sarana untuk mempromosikan suatu produk kepada khalayak umum, termasuk produk kecantikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi kecantikan dalam iklan “25 Tahun Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia” menggunakan kajian semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi pada unit analisis iklan “25 Tahun Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia” dan juga melalui sumber kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi kecantikan perempuan dalam iklan “25 Tahun Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia” selain diperlihatkan melalui penampilan yang menarik juga melalui sikap positif yang terkandung di dalam diri perempuan.

Kata Kunci: Representasi, Iklan, Kecantikan, Semiotika, Roland Barthes

**REPRESENTATION OF BEAUTY IN ADVERTISING: (ROLAND
BARTHES SEMIOTIC ANALYSIS OF WARDAH'S 25 YEARS
ADVERTISING ON YOUTUBE)**

Savira Amanda

*Communication Science Studies Program, Faculty of Social and Politic Sciences
University of Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta*

ABSTRACT

The concept of true beauty is a relative thing. However, without realizing it, beauty has a standardization that is constructed through impressions in the media, one of which is advertising. Advertising is a means to promote a product to the general public, including beauty products. The purpose of this study was to determine the representation of beauty in the advertisement "25 Years of Wardah – Cantikmu Siap Hadapi Dunia" using the semiotic study of Roland Barthes. This study uses a qualitative approach. Data collection techniques were carried out through observation on the advertising analysis unit "25 Tahun Wardah – Cantikmu Ready to Face the World" and also through library sources. The results showed that the representation of women's beauty in the advertisement "25 Tahun Wardah – Cantikmu Ready to Face the World" was not only shown through an attractive appearance but also a positive attitude contained in women.

Keyword: *Representation, Advertisement, Beauty, Semiotics, Roland Barthes*