

# ANALISA ISU WARNA KULIT PUTIH KOREA DALAM KONSTRUKSI KECANTIKAN IDEAL PADA IKLAN KOREA GLOW YUZU

Nurul Huda

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Email: [nurulhuda@upnvj.ac.id](mailto:nurulhuda@upnvj.ac.id)

## ABSTRAK

Kecantikan merupakan hal terpenting bagi seorang wanita. Adanya standar kecantikan yang berlaku di masyarakat membuat banyak perempuan berlomba – lomba untuk merubah dirinya menjadi cantik salah satunya ialah dengan memiliki kulit putih. Berkembangnya teknologi dan informasi membuat konsep standar kecantikan di Indonesia yaitu memiliki kulit putih Korea. Iklan Korea Glow Yuzu merupakan salah satu iklan yang mengkonstruksi masyarakat Indonesia khususnya perempuan untuk memiliki kulit putih dan cerah seperti wanita Korea. Iklan Korea Glow Yuzu berupaya mengidentikan kecantikan ideal seorang wanita seperti kulit putih wanita Korea.

Penelitian ini dilakukan untuk menggali dan mengidentifikasi konstruksi kulit putih Korea pada iklan Korea Glow Yuzu dengan dianalisis menggunakan metode kualitatif dan pendekatan Semiotika Roland Barthes. Tanda – tanda konstruksi yang terdapat pada scene – scene iklan Korea Glow Yuzu dianalisis kedalam makna denotasi, konotasi dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Korea Glow mengandung konstruksi kulit putih korea, dilihat dari makna denotatif, iklan Korea Glow Yuzu menampilkan model perempuan yang cantik dan berkulit putih. Makna konotasi dilihat dari penampilan model perempuan yang ingin menonjolkan kulit putihnya serta ekspresi bahagia karena memiliki kulit putih cerah. Mitos kulit putih sendiri ialah berkaitan dengan status sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan Korea Glow Yuzu mengajak perempuan Indonesia untuk memiliki kulit putih seperti perempuan Korea karena dengan memiliki kulit putih maka perempuan dapat dikatakan cantik.

**Kata kunci:** Konstruksi media, Kulit Putih Korea, Standar Kecantikan, Korea Glow Yuzu

# THE ANALYSIS OF KOREAN WHITE SKIN ISSUE ON BEAUTY IDEAL CONSTRUCTION IN KOREA GLOW YUZU ADVERTISEMENT

Nurul Huda

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Email: [nurulhuda@upnvj.ac.id](mailto:nurulhuda@upnvj.ac.id)

## ABSTRACT

*Beauty is the most important thing for a women. The standards of beauty makes many women want to changes their appearance to looks more beauty. The development of technology and information makes beauty standard concept in Indonesia is having a Korean white skin. Korea Glow Yuzu Commercial is an advertisement that constructing audience in particularly women to having glowing and white skin like Korean women. Korea Glow Yuzu Commertial identified ideal of beauty as Korean women's white skin.*

*This study was conducted to explore and identify the construction of Korean's White Skin in Korean Glow Yuzu advertisements by analyzing using qualitative methods and Roland Barthes' Semiotics approachment. The construction signs found in Korea Glow Yuzu advertising scenes are analyzed into the denotation, connotation and myth meaning. According to the findings, the Korean Glow advertisement featured a Korean white construction, and the Korean Glow Yuzu advertisement featured a beautiful and white female model. The meaning of the connotation is seen in the appearance of female models who want to highlight their white skin as well as their happy expressions because they have bright white skin. The white myth itself is related to social status. This study concludes that the Korean Glow Yuzu advertisement invites Indonesian women to have white skin like Korean women because, by having white skin, women can be said to be beautiful.*

**Keywords:** The Construction of Media, Korean white skin, The Standards of Beauty, Korea Glow Yuzu