

Representasi Kecantikan Perempuan Pada Kampanye Iklan *Be Your Own* Melalui YouTube BLP Beauty (Analisis Semiotika John Fiske)

Karinia Cantika Putri

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

ABSTRAK

Perempuan erat kaitannya dengan kecantikan. Kecantikan perempuan selalu menjadi hal yang diperbincangkan di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, terbentuklah stigma kecantikan di masyarakat yang menjadi sebuah tuntutan untuk para perempuan agar terlihat cantik. Semakin berkembangnya dunia kecantikan saat ini, membuat perusahaan kecantikan berlomba – lomba membuat iklan yang kreatif dalam memberikan gambaran mengenai kecantikan perempuan. Hal ini yang mendorong BLP Beauty untuk mengambil peluang besar dalam mengiklankan produknya sekaligus membuat kampanye bertema *Be Your Own* untuk membangun rasa percaya diri perempuan dalam menjadi cantik. Bahwa kecantikan perempuan tidak lagi harus mengikuti stigma kecantikan perempuan yang berkembang di masyarakat.

Analisis representasi kecantikan dalam kampanye iklan *Be Your Own* oleh BLP Beauty ini menggunakan metode analisis konten dengan jenis penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif. Kemudian, analisis ini juga menggunakan teori semiotika dari John Fiske dengan menggunakan teori *The Codes of Television*. Untuk mendapatkan dan memahami isi pesan dibalik kampanye iklan tersebut, diperlukan kajian semiotika untuk menemukan pesan dibalik kampanye iklan *Be Your Own* tersebut. Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa representasi kecantikan perempuan yang ditampilkan dalam kampanye iklan *Be Your Own* oleh BLP Beauty ini adalah bahwa cantik adalah kamu. Cantik adalah menjadi diri sendiri, merasa nyaman dan percaya diri pada diri sendiri tanpa harus mendengarkan dan mengikuti apa yang di stigmakan oleh masyarakat mengenai kecantikan perempuan.

Kata kunci : Iklan, Kecantikan perempuan, Semiotika John Fiske

Representation of Women's Beauty in the Be Your Own Advertising Campaign via YouTube BLP Beauty (Semiotics Analysis of John Fiske)

Karinia Cantika Putri

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

ABSTRACT

Women are closely related to beauty. The beauty of women has always been a matter of discussion in society. Therefore, a beauty stigma is formed in society which is a requirement for women to look beautiful. The development of the world of beauty today, makes beauty companies compete to make creative advertisements to give a picture of women's beauty. This has encouraged BLP Beauty to take great opportunities in advertising its products as well as creating a Be Your Own-themed campaign to build women's self-confidence to be beautiful. Women's beauty no longer has to follow the stigma of women's beauty that develops in society.

Analysis of the representation of beauty in the Be Your Own advertising campaign by BLP Beauty uses a content analysis method with a descriptive research type and a qualitative approach. Then, this analysis also uses the semiotic theory from John Fiske by using The Codes of Television theory. To get an understanding of the contents of the message behind the advertising campaign, a semiotic study is needed to find the message behind the Be Your Own advertising campaign. The results of this research analysis show that the representation of female beauty shown in the Be Your Own advertising campaign by BLP Beauty is that beauty is you. Beautiful is being yourself and feeling comfortable and confident in yourself without having to listen to and follow what society stigmatizes about women's beauty.

Keywords: Advertising, Female beauty, John Fiske's Semiotics