

Judul Tugas Akhir Skripsi atau Tugas Akhir Selain Skripsi:

REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN PADA KAMPANYE IKLAN *BE YOUR OWN* MELALUI YOUTUBE BLP BEAUTY (ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)

Tugas Akhir Skripsi/Tugas Akhir Selain Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Karinia Cantika Putri

NIM : 1810411297



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Karinia Cantika Putri

NIM : 1810411297

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bekasi, 19 Januari 2023

  
Karinia Cantika Putri

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Karinia Cantika Putri

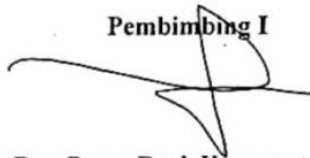
NIM : 1810411297

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

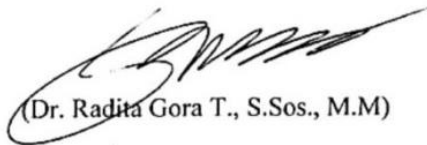
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

**Pembimbing I**



(Dr. Dra. Retno Dyah Kusumastuti, M.Si)

**Penguji I**



(Dr. Radita Gora T., S.Sos., M.M)

**Penguji II**



(Puri Bestari M., M.Si., M.Hum)

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi**



(Dr. Fitria Ayaningtyas, M.Si.)

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: 19 Januari 2023

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

### PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Karinia Cantika Putri

NIM : 1810411297

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive royalty fee*) atas karya ilmiah yang berjudul:

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

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Bekasi

Pada tanggal, 19 Januari 2023

Yang menyertakan,



Karinia Cantika Putri

## **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 stigamkan 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*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak September 2021 ini adalah “Representasi Kecantikan Perempuan Pada Kampanye Iklan *Be Your Own* melalui YouTube BLP Beauty (Analisis Semiotika John Fiske)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi tentu tidak lepas dari bantuan dan kerjasama berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Kedua orang tua dan saudara kandung penulis yang senantiasa memberikan doa, semangat dan dukungan penuh secara materil maupun moril agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si., selaku Dekan FISIP Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta beserta jajarannya.
3. Ibu Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Dr. Dra. Retno Dyah Kusumastusi, M.Si., selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Puri Bestari, M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang senantiasa memberikan arahan, ilmu, pikiran, waktu dan motivasi dalam melakukan bimbingan dengan sabar hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan.
6. Jajaran staff akademik dan tata usaha yang telah membantu perihal administratif untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Mayang Devi Azhara dan Azka Khaleeda Wibawa sebagai teman terdekat sejak SD yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi, serta menghibur penulis dalam penyusunan skripsi ini.

8. Gusti Andika Ramadanu sebagai orang terdekat yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta menghibur penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Dina, Pegary, Jeihan, Marsyifah, Rizka (Almh), Renata, Siva, Rani, Allika, Nabila, Deva, Afifa, Chavia, Arya, Fatur, Alifian, Nathan, Jody dan teman lokal H lainnya yang senantiasa memberikan semangat dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman – teman Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2018 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang selalu bertukar pikiran terkait dengan skripsi.
11. Informan penelitian yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi terkait dengan penelitian.
12. Diri saya sendiri yang mampu menyelesaikan skripsi ini walaupun banyak rintangan dan hambatan.
13. Semua pihak yang terlibat dalam penelitian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Bekasi, 19 Januari 2023

Penulis



Karinia Cantika Putri



## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Signifikansi Penelitian.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	7
1.3    Tujuan Penelitian.....	7
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
1.5    Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1    Penelitian Terdahulu.....	10
2.2    Konsep Penelitian.....	16
2.2.1    Komunikasi Massa.....	16
2.2.2    Representasi.....	18
2.2.3    Kampanye Iklan.....	19
2.2.4    Media Sosial.....	21
2.2.5    Kecantikan Perempuan.....	24
2.2.6    Konsep – Konsep Dasar Semiotika.....	28
2.3    Teori Penelitian.....	31
2.3.1    Semiotika John Fiske.....	31
2.4    Kerangka Berpikir.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1    Objek Penelitian.....	40
3.2    Jenis Penelitian.....	40
3.3    Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4    Sumber Data.....	42
3.4.1    Data Primer.....	42
3.4.2    Data Sekunder.....	43
3.5    Teknik Analisis Data.....	43
3.6    Teknik Keabsahan Data.....	44
3.7    Tabel Rencana Waktu.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1    Deskripsi Objek Penelitian.....	46
4.1.1    Gambaran Umum BLP Beauty.....	46
4.1.2    Kampanye <i>Be Your Own With Cover Cushion</i> .....	48
4.2    Unit Analisis.....	52
4.3    Hasil Penelitian.....	53
4.3.1    Analisis Level Realitas dan Level Representasi.....	53
4.3.2    Analisis Level Ideologi.....	85

BAB V PENUTUP.....	90
5.1    Kesimpulan.....	90
5.2    Saran.....	91
5.2.1    Saran Akademis .....	91
5.2.2    Saran Praktis .....	91
DAFTAR PUSTAKA .....	93
LAMPIRAN.....	97

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 2. Teknik Pengambilan Gambar Kamera.....	37
Tabel 3. Tabel Rencana Waktu .....	45
Tabel 4. Scene 1-11 Video Kampanye Iklan Be Your Own.....	56
Tabel 5. Analisis Level Realitas Scene 1-11.....	57
Tabel 6. Analisis Level Representasi Scene 1-11 .....	58
Tabel 7. Scene 12-18 Video Kampanye Iklan Be Your Own.....	60
Tabel 8. Analisis Level Realitas Scene 12-18.....	61
Tabel 9. Analisis Level Representasi Scene 12-18 .....	62
Tabel 10. Scene 19-29 Video Kampanye Iklan Be Your Own.....	66
Tabel 11. Analisis Level Realitas Scene 19-29.....	66
Tabel 12. Analisis Level Representasi Scene 19-29 .....	68
Tabel 13. Scene 30-36 Video Kampanye Iklan Be Your Own.....	70
Tabel 14. Analisis Level Realitas Scene 30-36.....	71
Tabel 15. Analisis Level Representasi Scene 30-36 .....	72
Tabel 16. Scene 37-40 Video Kampanye Iklan Be Your Own.....	73
Tabel 17. Analisis Level Realitas Scene 37-40.....	74
Tabel 18. Analisis Level Representasi Scene 37-40 .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil Survei Indonesia Beauty Confidence 2017.....	1
Gambar 2. Hasil Survei Indonesia Beauty Confidence 2017.....	2
Gambar 3. Hasil Survei Indonesia Beauty Confidence 2017.....	3
Gambar 4. Kampanye Iklan Be Your Own By Lizzie Parra Beauty .....	4
Gambar 5. Data Media Sosial Paling Banyak digunakan Di Indonesia.....	6
Gambar 6. The Codes of Television John Fiske .....	34
Gambar 7. Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 8. Model Semiotika John Fiske .....	44
Gambar 9. Logo BLP Beauty .....	46
Gambar 10. Produk Cover Cushion BLP Beauty.....	49
Gambar 11. Kelebihan Produk Cover Cushion.....	50
Gambar 12. Variasi Warna Cover Cushion.....	51
Gambar 13. Kampanye Be Your Own BLP Beauty .....	52
Gambar 14. Ungkapan Lizzie Parra kepada BLP Girls .....	87
Gambar 15. Definisi Be Your Own oleh BLP Girls .....	88
Gambar 16. Definisi Be Your Own oleh BLP Girls .....	88
Gambar 17. Definisi Be Your Own oleh BLP Girls .....	89

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	98
Lampiran 2. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi .....	99
Lampiran 3. Formulir Persetujuan Dosen Pembimbing.....	100
Lampiran 4. Pendaftaran Sidang Tugas Akhir (SITA) .....	101
Lampiran 5. Transkrip Wawancara.....	102
Lampiran 6. Sertifikasi TOEFL .....	112