

Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Wardah Melalui “Video Musik Nyamanku Bahagiaku” Analisis Semiotika Roland Barthes

ABSTRAK

Kecantikan merupakan istilah yang sangat berkaitan dengan penampilan seseorang. Setiap perempuan memiliki kecantikannya masing. Gagasan bahwa perempuan cantik itu sempurna adalah salah satu penyebab fenomena standar kecantikan, kecantikan perempuan lebih banyak dilihat dari luar daripada dari dalam.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas serta menginterpretasikan kecantikan perempuan yang terdapat pada iklan Wardah melalui “Musik Video Nyamanku Bahagiaku”. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi dan dokumentasi, serta teknik analisis data dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa representasi kecantikan perempuan yang ditampilkan dalam iklan Wardah melalui video clip Nyamanku Bahagiaku adalah perempuan yang berkulit putih bersih, hidung mancung, dan tubuh yang ramping dimana sesuai dengan standar kecantikan yang ada pada saat ini. Namun, kecantikan yang ditampilkan oleh Wardah juga yaitu tidak hanya kecantikan pada fisik saja atau *outer beauty* melainkan juga kecantikan dari dalam diri perempuan atau *inner beauty*. Dimana iklan sebagai salah satu wadah yang dapat mempengaruhi masyarakat oleh karena itu Wardah menampilkan arti kecantikan yang sesungguhnya sehingga perempuan dapat terinspirasi.

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

Representation of Women's Beauty in Wardah's Ads Through the “Nyamanku Bahagiaku Music Video” Roland Barthes' Semiotic Analysis

ABSTARCT

Beauty is a term that is closely related to one's appearance. Every woman has her own beauty. The idea that beautiful women are perfect is one of the causes of the beauty standard phenomenon, women's beauty is seen more from the outside than from the inside. This study aims to discuss and interpret the beauty of women contained in Wardah's advertisements through the "Musik Video Nyamanku Bahagiaku". The method used is descriptive qualitative using primary data sources and secondary data. Data collection techniques by means of observation and documentation, as well as data analysis techniques using Roland Barthes' semiotic analysis. The final results of this study indicate that the representation of women's beauty shown in Wardah advertisements through the video clip “Nyamanku Bahagiaku” is a woman with clean white skin, a sharp nose, and a slender body which is in accordance with current beauty standards. However, the beauty displayed by Wardah is not only physical beauty or outer beauty but also beauty from within a woman or inner beauty. Where advertising is a forum that can influence society, therefore Wardah displays the true meaning of beauty so that women can be inspired.

Keywords: Representation, Beauty, Advertising, Semiotics, Roland Barthes