



ABSTRAK

REPRESENTASI *WOMEN EMPOWERMENT* DALAM IKLAN MAKE OVER EDISI “*DISCOVER THE UNSEEN POWER*”

Indah Titi Setiawati
5191711062

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti representasi women empowerment pada iklan produk kosmetik Make Over. Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu deskriptif kualitatif. Peneliti akan melakukan analisis data primer dengan mengamati objek dan subjek penelitian melalui situs Youtube. Sumber data primer didapatkan dari iklan Make Over dan sumber data sekunder berasal dari studi kepustakaan. Peneliti akan membagi penelitian dan pembahasan pada setiap tokoh dalam iklan. Pembagian setiap tokoh akan diawali dengan titik kelemahan tokoh hingga mencapai pada titik women empowerment. Data yang diperoleh berupa scene, yang selanjutnya diproses menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk menemukan makna denotasi, makna konotasi, dan mitos iklan tersebut adalah keempat perempuan tersebut berupaya mewujudkan impian mereka. Selain itu keempat tokoh perempuan tersebut berhasil merubah dan memperbaiki pandangan diskriminasi kaum perempuan. Make Over ingin mendorong kaum perempuan untuk menjadi lebih dewasa dalam mencapai mimpi-mimpi tanpa adanya batasan. Secara umum pembahasan dari analisis iklan Make Over edisi “Discover The Unseen Power” menunjukkan bahwa women empowerment didapatkan melalui titik terendah pada setiap tokoh. Setiap tokoh mempunyai permasalahan terkait perjalanan hidup dan menjalani titik terendah hingga mereka menemukan kekuatan dari dalam untuk terus berjuang dan dapat mencapai apa yang mereka inginkan. Selain itu perempuan harus memiliki power dan kebebasan atas pilihan hidup mereka.

Kata Kunci: Representasi, Women Empowerment, Iklan, Semiotika Roland Barthes

ABSTRACT

REPRESENTATION OF WOMEN EMPOWERMENT IN ADVERTISING MAKE OVER “DISCOVER THE UNSEEN POWER” EDITION

Indah Titi Setiawati
5191711062

This study aims to examine the representation of women empowerment in Make Over cosmetic product advertisements. The method used by the researcher is descriptive qualitative. The researcher will conduct primary data analysis by observing the objects and subjects of the study through the Youtube site. The primary data source is obtained from Make Over advertisements and secondary data sources come from literature studies. The researcher will divide the research and discussion into each character in the advertisement. The division of each character will begin with the character's weak point until it reaches the point of women empowerment. The data obtained in the form of scenes which are then processed using Roland Barthes' semiotic analysis to find the denotative meaning, connotative meaning, and myth of the advertisement is that the four women are trying to realize their dreams. In addition, the four female characters managed to change and improve the discriminatory views of women. Make Over wants to encourage women to become more mature in achieving their dreams without any limitations. In general, the discussion of the analysis of the Make Over advertisement edition "Discover The Unseen Power" shows that women empowerment is obtained through the lowest point in each character. Each character has problems related to their life journey and goes through the lowest point until they find the strength from within to continue fighting and can achieve what they want. In addition, women must have power and freedom over their life choices.

Keywords: *Representation, Women Empowerment, Advertisement, Roland Barthes Semiotic*