# ABSTRAK

MITOS-MITOS KECANTIKAN DALAM IKLAN POND’S WHITE BEAUTY PERFECTING CREAM

(SEBUAH ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Disusun oleh:

Shofiyyah Hasna Azizah

5161711005

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan mengetahui tanda-tanda serta mitos kecantikan yang terkandung dalam iklan Pond’s White Beauty Skin Perfecting Cream. Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Teori Barthes digunakan sebagai teori dasar untuk memaknai karakter visual yang muncul dalam iklan yang menggunakan tiga unsur yaitu, denotasi, konotasi, dan mitos. Ada beberapa tahap dalam melakukan penelitian ini, yaitu pertama melakukan pembagian shot tiap adegan dalam iklan, kedua menentukan tanda denotatif, ketiga menentukan petanda konotatif, dan yang terakhir mencari mitos.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa standar kecantikan di Indonesia tidak hanya berkulit putih saja, namun wanita berkulit kuning langsat hingga kulit coklat pun juga cantik asalkan terlihat cerah dan mulus, dikarenakan banyaknya ragam ras yang ada di Indonesia dengan ciri khas fisik masing-masing. Namun, persepsi kecantikan masih disalahartikan hingga kini. Banyak orang menganggap jika istilah 'cantik' berarti memiliki kulit putih, tubuh tinggi semampai, berambut panjang lurus. Hal inilah yang membuat wanita menjadi tidak percaya diri. Padahal, kecantikan dan arti cantik menjadi salah satu unsur yang mempengaruhi kepercayaan diri seseorang. Oleh karena itu iklan Pond’s ingin membuat semua wanita bisa merasa cantik dan bangga dengan kecantikan alami mereka. Tanda-tanda yang dimaknai dalam iklan Pond’s White Beauty Skin Perfecting Cream adalah tampilan atau gambar, suara, tulisan, model iklan, dan warna. Adapun implikasi penelitian dalam karya ilmiah ini yaitu, diharapkan masyarakat Indonesia khususnya wanita agar bisa lebih bangga dan percaya diri dengan cara dan keunikan mereka sendiri.

***Kata Kunci***: *Mitos, Kecantikan, Iklan, Pond’s White Beauty Skin Perfecting Cream, Analisis Semiotika, Roland Barthes.*

# 

# *ABSTRACT*

*BEAUTY MYTHS*

*IN POND'S WHITE BEAUTY PERFECTING CREAM ADVERTISING*

*(A ROLAND BARTHES SEMIOTICS ANALYSIS)*

Shofiyyah Hasna Azizah

5161711005

*This study aims to determine the signs and myths of beauty in the advertisement of Pond's White Beauty Skin Perfecting Cream. The analysis was carried out with a descriptive qualitative approach and using the semiotic analysis method of Roland Barthes. Barthes theory is used as a basic theory to interpret the visual characters that appear in advertisements that use three elements, namely, denotation, connotation, and myth. The stages in this research are the first to divide the shots of each scene in the advertisement, the second to determine the denotative sign, the third to determine the connotative sign, and the last to look for the myth.*

*The results of this study indicate that the standard of beauty in Indonesia is not only white skinned, but fair-skinned to brown-skinned women are also beautiful as long as they look bright and smooth, due to the large variety of races that exist in Indonesia with their own physical characteristics. However, the perception of beauty is still misunderstood today. Many people think that the term 'beautiful' means having white skin, tall, slender body, long straight hair. This is what makes women feel insecure. In fact, beauty and the meaning of beauty are one of the elements that affect a person's self-confidence. Therefore, Pond's advertisement wants to make all women feel beautiful and proud of their natural beauty. The signs that are interpreted in the Pond's White Beauty Skin Perfecting Cream advertisement are the appearance or image, sound, writing, advertising model, and color. As for the implications of the research in this scientific paper, it is hoped that the Indonesian people, especially women, can be more proud and confident in their own way and uniqueness.*

***Keywords:*** *Myth, Beauty, Advertising, Pond's White Beauty Skin Perfecting Cream, Semiotics Analysis, Roland Barthes.*