

**ANALISIS SEMIOTIKA TENTANG KECANTIKAN WANITA
DALAM IKLAN KATALOG WARDAH INSPIRING BEAUTY
VERSI *EXCLUSIVE LIPSTICK DEWI SANDRA***

SKRIPSI



Oleh
MUTIA MUNAWWAROH
NIM. 09240085

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2015**

**ANALISIS SEMIOTIKA TENTANG KECANTIKAN WANITA
DALAM IKLAN KATALOG WARDAH INSPIRING BEAUTY
VERSI *EXCLUSIVE LIPSTICK DEWI SANDRA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Dengan Spesialisasi
Ilmu Komunikasi



Oleh
MUTIA MUNAWWAROH
NIM. 09240085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2015

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Mutia Munawwaroh, dengan judul **ANALISIS SEMIOTIKA
TENTANG KECANTIKAN WANITA DALAM IKLAN KATALOG
WARDAH INSPIRING BEAUTY VERSI EXCLUSIVE LIPSTICK DEWI
SANDRA.**

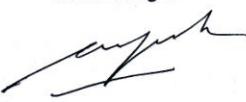
Telah diperiksa dan disetujui untuk di uji.

Ponorogo, 27 Februari 2015

Pembimbing I


Dra. Hj. Niken Lestarini, M.Si
NIDN.0020066503

Pembimbing II


Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si
NIDN.0725038605

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Mutia Munawwaroh ini,
telah dipertahankan di depan pengaji.

Pada hari : Senin
Tanggal : 02 Maret 2015
Pukul : 11.30 WIB – Selesai

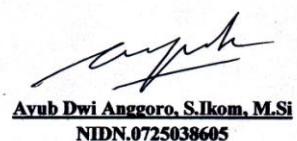
Tim Pengaji,

Pengaji I



Drs. Pinarvo, MM
NIDN. 0729066201

Pengaji II



Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si
NIDN.0725038605

Pengaji III



Dra. Hj. Niken Lestarini, M.Si
NIDN.0020066503

Mengetahui
Dekan,



Dra. Hj. Niken Lestarini, M.Si
NIDN.0020066503

HALAMAN MOTTO

:: Man Yashro' Yahsud (siapa yang menanam dialah yang menuai)

:: Saat kita ingin menyerah, ingatlah kembali alasan mengapa kita dapat bertahan
hingga saat ini

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Karya ini kupersembahkan untuk Ayah yang mengajarkan pentingnya sebuah kejujuran, Ibu yang yang memberiku kekuatan dalam setiap kata-katanya, dan Kakak-kakakku yang tanpa lelah memberi dukungan, semangat, dan do'a yang selalu mengalir untukku, serta seseorang yang selalu memberi warna dalam hari-hariku, Tri Prasetyono”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah swt yang telah melimpahkan segala kenikmatan dan rahmat Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir, skripsi dengan judul **“ANALISIS SEMIOTIKA TENTANG KECANTIKAN WANITA DALAM IKLAN KATALOG WARDAH INSPIRING BEAUTY VERSI EXCLUSIVE LIPSTICK DEWI SANDRA”** tanpa ada halangan suatu apapun.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) dalam Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari skripsi ini bukan semata karena jerih payah sendiri. Maka, penulis menyampaikan terima kasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan, terutama kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Niken Lestarini, selaku Dekan dan Dosen pembimbing.
2. Ibu Elli Purwati, S.Sos, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Mbak Siti Aminah, selaku Beauty Advisor Wardah di Surya Supermarket Ponorogo.
4. Serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih untuk semuanya, semoga kebaikan selalu mengiringi langkah kita. Amin.

Sebagaimana tiada gading yang tak retak, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karenanya penulis siap menerima kritik dan

saran demi perbaikan di kemudian hari. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat umum dan bagi FISIP khususnya.

Ponorogo, 26 Pebruari 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing	iii
Halaman Penegsahan Tim Pengaji	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Definisi Konsep	11
1.6 Kajian Pustaka	
1.6.1 Periklanan	13

1.6.2 Perkembangan Media Cetak	18
1.6.3 Semiotika sebagai Metode Analisa Tanda dalam Iklan	20
1.6.4 Pengertian Kecantikan Wanita	26
1.6.5 Kecantikan Wanita dan Iklan	31
1.6.6 Peran Selebriti dalam Iklan Kecantikan	33
1.7 Metode Penelitian	37
1.7.1 Pengumpulan Data	38
1.7.2 Analisa Data	40

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1 Profil PT. Paragon Technology and Innovation	43
--	----

BAB III PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

3.1 Penyajian Data

3.1.1 Wardah	49
3.1.2 Konsep Halal	54
3.1.3 Profil <i>Brand Ambassador</i> Wardah	57
3.1.4 Iklan Katalog Wardah	60

3.2 Analisa Tanda

3.2.1 Identifikasi, Klarifikasi dan Interpretasi Tanda Iklan dalam Katalog Wardah Inspiring Beauty versi Dewi Sandra <i>Exclusive Series</i> Edisi 2015	63
3.2.2 Interpretasi Tanda Iklan dalam Katalog Wardah Inspiring Beauty versi <i>Exclusive Series</i> Dewi Sandra Edisi 2015	64

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan	75
4.2 Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Piramida Kebutuhan Abraham Maslow	29
Gambar 1.3 Segitiga Makna Charles S. Pierce	41
Gambar 2.1 Logo PT. Paragon Technology and Innovation	43
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Paragon Technology and Innovation...	46
Gambar 3.1 Wardah <i>Exclusive Series</i>	55
Gambar 3.3 Dewi Sandra	59
Gambar 3.4 Katalog Wardah Inspiring Beauty iklan Wardah <i>Exclusive Lipstick</i> versi Dewi Sandra edisi 2015	62

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kepribadian dan Hubungannya dengan Warna yang Dipilih	23
Tabel 3.2 Identifikasi dan Klarifikasi Iklan Wardah Inspiring Beauty versi Dewi Sandra	64
Tabel 3.3 Interpretasi Tanda Tipe Ikon dalam Iklan Katalog Wardah Inspiring Beauty versi Dewi Sandra	65
Tabel 3.4 Interpretasi Tanda Tipe Indeks dalam Iklan Katalog Wardah Inspiring Beauty versi Dewi Sandra	67
Tabel 3.5 Interpretasi Tanda Tipe Simbol dalam Iklan Katalog Wardah Inspiring Beauty versi Dewi Sandra	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabel Identifikasi, dan Klarifikasi Iklan Wardah Inspiring Beauty
versi Dewi Sandra

Lampiran 2 : Gambar Iklan Wardah

Lampiran 3 : Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Mutia Munawwaroh. 2015. Analisis semiotika tentang kecantikan wanita dalam iklan katalog wardah inspiring beauty versi exclusive lipstick dewi sandra.

Iklan adalah salah satu komponen marketing mix yang umum dilakukan oleh perusahaan. Bahkan kegiatan iklan dianggap sangat penting jika ingin produknya sukses di pasar. Perusahaan berlomba-lomba membuat iklan yang kreatif untuk membangun posisi yang menguntungkan di pasar. Tren dunia kecantikan yang semakin berkembang mendorong Wardah untuk mengambil peluang pasar untuk mengiklankan produknya di media cetak dengan modal label halal dan brand ambassador wanita berjilbab dengan banyak torehan prestasi.

Adanya iklan ini mendorong penulis untuk meneliti isi dari pesan kecantikan yang disampaikan Wardah dimedia cetak yaitu katalog. Katalog yang dipilih adalah katalog Wardah Inspiring Beauty halaman 66–67 edisi 2015, versi Exclusive Lipstick Dewi Sandra. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis semiotika yang saat ini sedang berkembang dengan model yang diciptakan Charles Sanders Pierce.

Peneliti membuat satu unit analisa menggunakan tabel identifikasi, klarifikasi, dan interpretasi Pierce sesuai tipe tanda masing-masing, yaitu ikon, indeks dan simbol. Hasil dari penelitian yang dilakukan ada banyak tanda yang ditemukan, yang pertama tanda tipe ikon terdapat 3 tanda, pada tanda tipe indeks terdapat 5 tanda, kemudian pada tanda yang terakhir yaitu simbol terdapat 3 tanda yang ditemukan. Tanda-tanda inilah yang diinterpretasikan dalam sudut pandang peneliti. Kesimpulannya adalah banyak pesan ambigu yang disampaikan oleh kreatif iklan yang menyebabkan iklan ini menjadi tidak fokus. Kreatif iklan terlalu memaksakan konsep sehingga menjadi tidak sinkron antara halal, wanita dan budaya barat.

Kata Kunci : Iklan, Kecantikan, Charles S. Pierce