

**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 Pebruari 2015

Pembimbing I

  
**Dra. Hj. Niken Lestari, 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 penguji.

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

Penguji I



Drs. Pinarvo, MM  
NIDN. 0729066201

Tim Penguji,

Penguji II



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

Penguji III



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

Mengetahui  
Dekan,



Dra. Hj. Niken Lestari, 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 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 Prasetiono”

## 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 Penguji .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstrak .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
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
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
2.1 Profil PT. Paragon Technology and Innovation .....	43
<b>BAB III PENYAJIAN DAN ANALISA DATA</b>	
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</i> <i>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
<b>BAB IV PENUTUP</b>	

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</i> <i>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 Peirce.

Peneliti membuat satu unit analisa menggunakan tabel identifikasi, klarifikasi, dan interpretasi Peirce 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 di interpretasikan 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. Peirce