

REPRESENTASI RELIGIUSITAS IKLAN KOSMETIK WARDAH
(Studi Semiotika Komunikasi Pada Iklan Kosmetik Wardah Versi
***“Lightening Series”* Di Media Televisi)**

SKRIPSI



Oleh:

KRISTIAN AGNES FARADILA
NIM : 10 24 0111

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONOROGO
2014

REPRESENTASI RELIGIUSITAS IKLAN KOSMETIK WARDAH
(Studi Semiotika Komunikasi Pada Iklan Kosmetik Wardah Versi
***“Lightening Series”* Di Media Televisi)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik di Jurusan
Ilmu Komunikasi

Oleh:

KRISTIAN AGNES FARADILA

NIM : 10 24 0111

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONOROGO

2014

HALAMAN LOGO



HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Kristian Agnes Faradila ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Ponorogo, 19 Juni 2014

Pembimbing I



Ayub Dwi Anggoro, S.IKom, M.Si
NIDN: 0725038605

Pembimbing II



Dra. Ekapti Wahjuni DJ, M.Si
NIDN: 0722126101



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Kristian Agnes Faradila ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

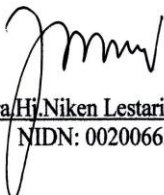
Pada hari : Rabu

Tanggal : 25 Juni 2014


Pukul :13:00 - 14.00 WIB

DEWAN PENGUJI

Penguji I


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

Penguji II


Dra. Ekapti Wahjuni DJ, M.Si
NIDN: 0722126101

Penguji III


Ayub Dwi Anggoro, S.IKom, M.Si
NIDN: 0725038605

Mengetahui,

Dekan,


Dra/Hj. NIKEN LESTARINI, M.Si.
NIDN: 0020066503

MOTTO

Berangkat dengan penuh keyakinan

Berjalan dengan penuh keikhlasan

Istiqomah dalam menghadapi cobaan

“YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH”

(TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Majid)

Kesabaran dan Usaha Keras akan sanggup

Menghilangkan Kesulitan dan Melenyapkan Rintangannya

(Mario Teguh)



HALAMAN PERSEMBAHAN

- *Bapak dan ibu tercinta, dengan seluruh cinta dan kasih sayangmu menyayangiku, mengasihiku, mendidik tanpa pamrih sehingga aku bisa jadi sekarang ini*
- *Dosen- dosen FISIP yang selalu kuhormati terima kasih atas ilmu dan didikanmu*
- *Teman – teman Ilmu Komunikasi angkatan 2010 (Mareta, Meta, Farida, Eka, Intan, Yunita, Erwin, Harwin, Dadang, Danar, Ongky, Aritri, Vindi, Yoga, Galuh, Edi, Agung, Sofyan, Olvan dan yang lainnya) terima kasih atas kebersamaan dan dukungan kalian selama ini*
- *Buat seseorang yang selalu menemani setiap langkah saya, terima kasih telah memberikan motivasi dan menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas dukungan dan waktunya... (Rizal Fadillah)*
- *Buat teman – teman kos menur (Anis Rahmawati, Erna, Anis Anjarweni) terima kasih atas dukungan dari kalian semua.*

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, Puji syukur peneliti haturkan kepada illahi robbi yang senantiasa memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya yang tak terhingga kepada seluruh hambanya, sehingga akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “REPRESENTASI RELIGIUSITAS IKLAN KOSMETIK WARDAH, (Studi Semiotika Komunikasi Pada Iklan Kosmetik Wardah Versi “Lightening Series” Di Media Televisi)” ini dengan lancar. Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi Strata I yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak maka skripsi ini tidak akan terwujud. Tak lupa ucapan terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Drs. Sulton, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dra.Hj.Niken Lestardini, M.Si selaku Dekan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
3. Pramono,S.Sos, M.Si, selaku Pembimbing yang telah memberikan segenap waktu, perhatian dan bimbingan kepada saya.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo

6. Seluruh teman-teman mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Ponorogo angkatan 2010

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya, terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Ponorogo, Juni 2014

Penulis

Kristian Agnes.F



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Halaman Logo.....	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Halaman Pengesahan	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Abstrak.....	xi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Penegasan Istilah.....	14
1.6 Landasan Teori.....	16
Bab II Deskripsi Lokasi Penelitian	42
2.1 Deskripsi Iklan Wardah	42
2.2 Sejarah Wardah.....	42
2.3 Sejarah perkembangan kosmetik di Indonesia.....	47
Bab III Penyajian Data dan Analisa Data	50
3.1 Penyajian Data	50
3.2 Analisa Data.....	62
Bab IV Penutup	86
4.1 Kesimpulan	86
4.2 Saran	87
Daftar Pustaka	89
Lampiran – Lampiran.....	91

ABSTRAK

Kristian Agnes Faradila, representasi religiusitas iklan kosmetik wardah, studi semiotika komunikasi pada iklan kosmetik wardah versi "lightening series" di media televisi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Pembimbing Pramono, S.Sos, M.Si

Tujuan penelitian iklan Wardah versi "Lightening Series" di media televisi, serta penulis juga memperoleh penjelasan ini adalah untuk mengetahui makna yang terkandung dalam bagaimana cara yang disampaikan dalam iklan tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan Analisa Semiologi Komunikasi.

Dalam memaknai komunikasi, seringkali kita terjebak pada symbol dan seperangkat tanda yang digunakan. Ini disebabkan asumsi sederhana kita yang cenderung memandang symbol atau tanda itu berdiri sendiri dalam merepresentasikan makna. Kita justru lupa bahwa symbol atau tanda, sebagaimana juga bersifat kompleks. Ia tidak berdiri sendiri. Ia merupakan representasi dari banyak factor yang mempengaruhi.

Dalam penelitian ini hanya mengetahui situasi dan wacana. Tidak mencari hubungan atau korelasi dengan yang lain. Dalam analisa data penulis menggunakan teknik analisis dari Halliday dan Hasan dengan unsur sebagai berikut Medan Wacana, Pelibat Wacana, Sarana Wacana.

Dalam Analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kosmetik Wardah berkomitmen sebagai kosmetik yang aman, dan nyaman dan terjamin kehalalannya bagi para wanita. Khususnya para wanita muslimah dan umumnya bagi seluruh wanita Indonesia.

Kata kunci: Semiotika, Halal, Kosmetik Wardah.

