

**Pembingkaian Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam
Iklan (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Kosicki pada
Iklan Wardah Versi Dinda Hauw)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

I GEDE ADITYA EKA PUTRA

NBI : 1151800080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2022**

**Pembingkaian Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam
Iklan (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Kosicki pada
Iklan Wardah Versi Dinda Hauw)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

IGEDE ADITYA EKA PUTRA

NBI : 1151800080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

SURABAYA

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : I Gede Aditya Eka Putra
NBI : 1151800080
Judul : Pembingkai Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan
(Analisis Framing Zhongdan Pan dan Kosciki pada Iklan Wardah
Versi Dinda Hauw)

Surabaya, 07 Juli 2022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP. 20120.87.0103

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing


Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si
NPP. 20150.18.0789

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Pengaji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 07 Juli 2022

Dewan Pengaji

1. **Dr. Merry Fridha Tri Palipi, M.Si**

Ketua

()

2. **Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si**

Anggota

()

3. **Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., M.A**

Anggota

()

Mengesahkan,

Dekan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dr. Ayun Maduwinarti, M.P

NRP: 20120,87,0103



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Gede Aditya Eka Putra.....
NBI/ NPM : 1151800080.....
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.....
Program Studi : Ilmu Komunikasi.....
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pembingkaiian Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan (Analisis, Framing, Zhong dan Pan dan Kosciuk pada Iklan Wardah Versi Dinda Hauw).

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.....
Pada tanggal : 13 Juli 2022.....

Yang Menyatakan,



(.....)

I Gede Aditya Eka Putra

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : I Gede Aditya Eka Putra
NPM : 1151800080
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pembingkaihan Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan (Analisis Framing Zhongdan Pan dan Kosciki pada Iklan Wardah Versi Dinda Hauw)

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelas akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 7 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



(I Gede Aditya Eka Putra)

ABSTRACT

This study discusses the framing of women's beauty standardization in Wardah "Feel the Beauty" advertisement on the Youtube platform. Wardah ad "Feel the Beauty" constructs the meaning of standardization of women's beauty through an advertisement. The exposure of Wardah ad "Feel the Beauty", can lead public opinion about the meaning of beauty to be the same. This study uses the theory of social reality construction from Peter L. Berger and Thomas Luckman, and the method used is qualitative with a framing Zhongdang Pan and Gerald M Kosicki analysis approach. Data collection in this study was carried out by observing the scene in Wardah "Feel the Beauty" advertisement which was viewed through the Youtube platform, showing the framing of women's beauty standards. The results of the research in Wardah advertising scene "Feel The Beauty" construct the audience that there is no certain standard in seeing women's beauty. Women's beauty is not only seen through appearance, but by being themselves every woman can show and express her own beauty. Through inner beauty, talents, abilities, and achievements shown in the advertisement, proves that beauty can be seen from various things. Wardah agrees that there is no certain standard in beauty, and fully supports all forms of beauty for every woman.

Keywords: *Beauty Standardization, Social Reality Construction, Framing Analysis*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pembingkaian standarisasi kecantikan perempuan dalam iklan *Wardah “Feel the Beauty”* pada *platform Youtube*. Iklan *Wardah “Feel the Beauty”* mengkonstruksikan mengenai pemaknaan standarisasi kecantikan perempuan melalui sebuah iklan. Terpaan dari iklan *Wardah “Feel the Beauty”*, dapat menggiring opini publik mengenai makna terhadap kecantikan menjadi sama. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi realitas sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman, dan metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis *framing* Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati *scene* pada iklan *Wardah “Feel the Beauty”* yang dilihat melalui *platform Youtube*, menunjukkan pembingkaian terhadap standar kecantikan perempuan. Hasil dari penelitian dalam *scene* iklan *Wardah “Feel The Beauty”* mengkonstruksi khalayak bahwa tidak adanya standar tertentu dalam melihat kecantikan perempuan. Kecantikan perempuan tidak hanya dilihat melalui penampilan saja, tetapi dengan menjadi diri sendiri setiap perempuan dapat menunjukkan dan mengekspresikan kecantikannya masing-masing. Melalui *inner beauty*, bakat, kemampuan, dan prestasi yang diperlihatkan dalam iklan tersebut, membuktikan bahwa kecantikan dapat dilihat dari berbagai hal. *Wardah* sepakat bahwa tidak adanya standar tertentu dalam kecantikan, dan mendukung penuh segala bentuk kecantikan setiap perempuan.

Kata Kunci: Standarisasi Kecantikan, Konstruksi Realitas Sosial, Analisis Framing

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul *Pembingkaian Standarisasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan (Analisis Framing Zhongdan Pan dan Kosciki pada Iklan Wardah Versi Dinda Hauw)* tepat waktu. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Peneliti menyadari dalam pembuatan skripsi ini, selama proses dan hasilnya masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan dalam metode penulisan maupun pembahasan materi. Maka dari itu, Peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun sehingga di ke depanya dapat diperbaiki segala kesalahan dan kekurangannya.

Dalam pelaksanaan penulisan skripsi ini, Peneliti mendapat banyak bimbingan, dorongan dan semangat motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu Peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing Peneliti sehingga skripsi ini selesai dengan maksimal. Selain itu, Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa
2. Papa, Mama, Cantika, Elvin, Kak Ica, Mas Radit, dan keluarga besar lainnya yang selalu memberi dorongan dan semangat.
3. Yth. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Yth. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Yth. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si dan Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si selaku dosen pembimbing.
6. Yth. sebagai Dosen Pengaji Peneliti;
7. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2018, khususnya Yona, Matthew, Brian, Yogi, Devi, Annissa, Rara, Yudha, dan Arsy atas dukungan yang diberikan selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
9. Sahabat dan teman seperjuangan Brian, Bagas, Alvian.
10. Ni Wayan Arnita yang selalu mendukung dan menyemangati saya, dari awal penyusunan hingga akhir skripsi.
11. Ine Febrian yang meneman dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi hingga selesai.

Akhirnya, Peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada yang terlewat untuk disebutkan Peneliti memohon maaf, dengan harapan semoga skripsi yang ditulis oleh Peneliti ini dapat bermanfaat khususnya bagi Peneliti sendiri dan umumnya bagi pembaca.

Surabaya, 7 Juli 2022
Penulis



(I Gede Aditya Eka Putra)

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Landasan Konseptual	18
2.4 Kerangka Dasar Pemikiran.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25

3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	25
3.2	Paradigma Penelitian.....	32
3.3	Objek dan Unit Analisis Penelitian	33
3.4	Metode Pengumpulan Data	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	36
3.6	Teknik Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41	
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	44
BAB V PENUTUP.....	59	
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Rekomendasi	59
DAFTAR PUSTAKA	61	
LAMPIRAN.....	64	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1. Konsep Analisis Framing Zhongdan Pan dan Gerald M. Kosicki.....	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Logo Wardah.....	41
Gambar 4.1.2. Iklan Wardah “Feel The Beauty” di Platform YouTube.....	42
Gambar 4.1.3. Pemeran Dinda Hauw.....	43
Gambar 4.1.4. Pemeran Ayana Moon.....	43
Gambar 4.1.5. Pemeran Yasmin Napper.....	44
Gambar 4.2. Scene ke tiga.....	45
Gambar 4.2.2. Penonjolan pada scene ke tiga.....	49
Gambar 4.2.3. Scene ke lima.....	50
Gambar 4.2.4. Penonjolan pada scene ke lima.....	54
Gambar 4.2.5. Scene ke tujuh.....	54
Gambar 4.2.6. Penonjolan pada scene ke tujuh.....	58

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.4. Kerangka Pemikiran.....	23
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan.....	64
Lampiran 2. Lembar Revisi.....	66
Lampiran 3. Turnitin.....	69