

**REPRESENTASI KECANTIKAN WANITA INDONESIA  
DALAM IKLAN CLEAN & CLEAR NATURAL BRIGHT FACE  
WASH**

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh :

**Claudia Dewi Safitri**

**1151501224**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA  
2019**

## **Lembar Persetujuan Skripsi**

Nama : **Claudia Dewi Safitri**  
NBI : 1151501224  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul : Representasi Kecantikan Wanita Indonesia Dalam Iklan Clean & Clear  
Natural Bright Face Wash

Mengetahui,

Surabaya, 13 Juli 2019

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

Disetujui oleh  
Dosen Pembimbing

**Dr. Endro Tjahjono, MM**

**Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si**

## Lembar Pengesahan Skripsi

Dipertahankan dengan sidang di depan Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal :

Dewan Penguji :

1. Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si  
Ketua ( )
2. Dr. Merry Frida Tri Palupi, S.Sos., M.Si ( )
3. Dr. Achluddin Ibnu Rochim, SH., M.Si ( )

Mengesahkan  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM

## **Lembar Pernyataan Keaslian**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Claudia Dewi Safitri

NBI : 1151501224

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Representasi Kecantikan Wanita Indonesia Dalam Iklan Clean & Clear Natural Bright Face Wash

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 telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar 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, 16 Juli 2019  
Yang Membuat Pernyataan

( Claudia Dewi Safitri )

## **Abstrak**

Kecantikan pada perempuan bukan lagi menjadi hal yang relatif, melainkan sudah menjadi hal yang universal. Hal ini disebabkan adanya standar-standar kecantikan seperti cantik itu harus berkulit putih yang diciptakan sebagian besar media, baik media cetak, elektronik, maupun media online. Salah satu media elektronik yang ikut mengkonstruksi kecantikan perempuan adalah iklan produk kecantikan *Clean & Clear Natural Bright Face Wash*. Fokus penelitian ini mengenai representasi kecantikan dalam iklan *Clean & Clear* yang direpresentasikan. Untuk menjelaskan fokus penelitian tersebut secara mendalam, maka penelitian ini menggunakan metode analisis teks media yaitu analisis semiotika Roland Barthes dan menggunakan teori representasi Stuart Hall. Tujuannya adalah untuk mengetahui konsep kecantikan yang direpresentasikan berdasarkan konotasi, denotasi dan mitos dalam iklan *Clean & Clear*. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa representasi kecantikan dalam iklan *Clean & Clear* sesuai dengan analisis semiotika model Roland Barthes yaitu Makna kecantikan yang ditampilkan oleh iklan *Clean & Clear* ini ternyata mampu mematahkan mitos akan kecantikan yang sudah lama menjadi rujukan yaitu cantik itu berkulit putih, berkulit putih takut dengan sinar matahari, dan berkulit putih yang layak menjadi model. Namun kecantikan yang di representasikan dalam iklan ini adalah perempuan yang mempunyai kepercayaan diri apapun warna kulitnya.

**Kata kunci : Reresentasi, Iklan *Clean & Clear Natural Bright Face Wash*, Semiotika Roland Barthes, Standar Kecantikan.**

### *Abstract*

Beauty in women is no longer a relative thing, but has become universal. This is due to the existence of beauty standards such as beautiful that must be white, which are created by most media, both print, electronic and online. One of the electronic media that constructs women's beauty is advertising Clean & Clear Natural Bright Face Wash. The focus of this research is the representation of beauty in Clean & Clear advertisements that are represented. To explain the focus of the study in depth, this study uses the method of media text analysis, namely Roland Barthes's semiotic analysis and uses the theory of representation of Stuart Hall. The aim is to find out the concept of beauty which is represented by connotations, denotations, and myths in Clean & Clear ads. From the results of this study it was found that the representation of beauty in Clean & Clear advertising in accordance with Roland Barthes's semiotic analysis of the meaning of beauty displayed by Clean & Clear advertisements turned out to be able to break the myth of beauty that has long been a reference, namely beautiful white, white fear of sunlight and white people who deserve to be models. But the beauty displayed in this advertisement is a woman who has confidence in her skin color.

**Keywords: Presentation, Clean & Clear Natural Bright Face Wash, Roland Barthes's Semiotics, standard of beauty.**

**MOTTO**

*“Cantik Itu Relatif, Jelek Itu ABSOLUT”*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih sayang-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu. Judul skripsi ini adalah “Representasi Kecantikan Wanita Indonesia Dalam Iklan Clear & Clear Natural Bright Face Wash”. Tujuan dari penulisan skripsi untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapakan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak.

Skripsi ini selesai dengan baik tidak lepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan sepuh hati kepada pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala ke Berkat yang diberikan.
2. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM, CMA., CPA selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.sos.M.Med.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si selaku dosen pembimbing 1 saya yang telah memberi bimbingan, motivasi, serta kesabaran dan semangat yang luar biasa sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Irmasanthi Danadhrata, S.Hub.Int.,M.A. selaku dosen pembimbing 2 saya yang telah memberikan bimbingan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Dra. Tri Yuliyanti, M.Si selaku dosen wali saya.
8. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom Dosen selaku dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan dukungan moril serta arahan dalam penulisan skripsi ini.
9. Semua Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang pernah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.
10. Orang tua saya, kakak saya Anna Gloria Dyah Prima Putri, adik saya Jo Marco Satriani, dan seluruh keluarga besar saya yang selalu mendukung dan mendoakan.
11. Semua teman-teman Fisip To Night yang memberi dukungan dan motivasinya kepada saya.



12. Ciwi-ciwi Pragita, meidarini, dan Group Entung Sore yang selalu membuat saya bahagia selama 8 semester ini terima kasih guys.
13. Untuk Eko dan Arif terima kasih sudah menemani saya bimbingan SBY-SDA.
14. Terakhir terima kasih untuk Andreanto Stevano sudah selalu menemani dengan setia dalam mengerjakan skripsi ini

Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia komunikasi.

Surabaya, 16 Juli 2019  
Penulis

(Claudia Dewi Safitri)

## Daftar Isi

Halaman Judul .....	i
Lembar Persetujuan Skripsi .....	ii
Lembar Pengesahan Skripsi .....	iii
Lembar Pernyataan Keaslian .....	iv
Abstrak .....	v
Abstract .....	vi
Motto .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Sistematika Penelitian .....	3
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori .....	8
2.2.1 Teori Representasi .....	8
2.3 Landasan Konseptual .....	11
2.3.1 Definisi Iklan.....	11
2.3.2 Definisi Kecantikan.....	12
2.3.3 Definisi Kecantikan.....	13
2.4 Kerangka Berpikir .....	15
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian .....	16
3.2 Tipe Penelitian .....	19
3.3 Subyek Penelitian dan Unit Analisis.....	19
3.4 Sumber Data .....	19
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.6 Teknik Analisis Data .....	20
3.7 Keabsahan Data .....	20
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Subyek Penelitian .....	22
4.1.2 Visi dan Misi .....	24
4.1.3 Profil Iklan Clean & Clear Natural Bright Face Wash .....	25
4.1.4 Sinopsis Iklan Clean & Clear Natural Bright Face Wash .....	26

4.2	Penyajian Data .....	27
4.2.1	Story Line Iklan Clean & Clear Natural Bright Face Wash .....	32
4.3	Analisis Data .....	33
4.4	Analisis Pembahasan Hasil Penelitian .....	42
4.4.1	Representasi Cantik Tidak Harus Berkulit Putih .....	43
4.4.2	Representasi Remaja adalah Simbol Kecantikan .....	43
4.4.3	Representasi Cantik adalah Rasa Percaya Diri .....	43
<b>BAB V KESIMPULAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	45
5.2	Rekomendasi .....	45
	Daftar Pustaka .....	46
Lampiran		

## Daftar Tabel

Tabel 2.1	Kajian Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 4.1	Naskah Iklan Clean & Clear Natural Bright Face Wash .....	32
Tabel 4.2	Analisis Scene 1 .....	33
Tabel 4.3	Analisis Scene 2 .....	35
Tabel 4.4	Analisis Scene 3 .....	37
Tabel 4.5	Analisis Scene 4 .....	39
Tabel 4.6	Analisis Scene 5 .....	41

## Daftar Gambar

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran .....	15
Gambar 4.1	Clean & Clear Daily Pore Cleanser .....	22
Gambar 4.2	Clean & Clear Daily Essential Oil Control.....	23
Gambar 4.3	Clean & Clear Essential Moisturizer .....	23
Gambar 4.4	Clean & Clear Oil Control Film .....	24
Gambar 4.5	Artis Ify Alisa .....	25
Gambar 4.6	Artis Helene Kamga Bravo .....	25
Gambar 4.7	Artis Aluna Rifani .....	26

## **Daftar Lampiran**

Lampiran 1 Scene Iklan Clean & Clear Natural Bright Face Wash

Lampiran 2 Lembar Kartu Bimbingan Penulisan Skripsi

Lampiran 3 Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi

Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi

Lampiran 5 Lembar Hasil Turnitin