

**REPRESENTASI PEREMPUAN DINAMIS DALAM IKLAN
YOUTUBE WARDAH *INSTAPERFECT* “FOR YOUR
UNSTOPABLE MOVE” VERSI RALINE SHAH**

TUGAS AKHIR



SRI INDAH WIJAYANTI

1161923030

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2019

**REPRESENTASI PEREMPUAN DINAMIS DALAM IKLAN
YOUTUBE WARDAH *INSTAPERFECT* “FOR YOUR
UNSTOPABLE MOVE” VERSI RALINE SHAH**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



SRI INDAH WIJAYANTI

1161923030


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan
dengan benar.**

Nama : Sri Indah Wijayanti

NIM : 1161923030

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Maret 2019

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Sri Indah Wijayanti

NIM : 1161923030

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Representasi Perempuan Dinamis Dalam Iklan Youtube Wardah
Instaperfect "For Your Unstoppable Move" Versi Raline Shah

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

Penguji 1 : Eli Jamilah, M.Si, Ph.D

Penguji 2 : Ari Kurnia, M.Ikom

()
()
()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Maret 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Atas kehendak-Nya dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini saya yang berjudul “Representasi Perempuan Dinamis dalam Iklan Youtube Wardah Instaperfect For Your Unstoppable Move Versi Raline Shah”. Memang banyak sekali tantangan dan rintangan selama proses penulisan skripsi ini, namun saya tetap bersemangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini berkat kemudahan yang diberikan oleh-Nya.

Semoga skripsi ini dapat menjadi rujukan referensi kajian ilmu komunikasi, terutama mengenai semiotika Roland Barthes dan representasi perempuan dinamis. Saya ingin mengungkapkan terima kasih kepada banyak orang yang telah mentransfer energi positifnya untuk saya, khususnya dosen pembimbing skripsi saya, Ibu Tuti Widiastuti atas bimbingan, wawasan, dan dukungan yang diberikan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi setiap pembaca.

Penulis sadar bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan sampai para tahap penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Samlawi dan Sri Herawati selaku ayah dan ibu saya yang selalu memberikan dukungan, perhatian, kasih sayang dan doa dengan sepenuh hati untuk segala hal yang tidak terdefiniskan dengan kata-kata. Terimakasih;
2. Achmad Herlambang selaku saudara kandung saya yang selalu membantu terkait penelitian skripsi ini;
3. Anggraini Sri Devi dan Nur Aisyah selaku saudara saya yang selalu menghibur dan memberikan dukungan;
4. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran dan memotivasi saya untuk mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik dan benar. Terimakasih atas bimbingan ibu Tuti;

5. Ibu Eli Jamilah Mihardja, M.Si, Ph. D dan Ibu Ari Kurnia, M.Ikom selaku penguji saya, terima kasih telah menyediakan waktu, untuk memberi kritik maupun saran sehingga tugas karya akhir penulis menjadi lebih baik;
6. Seluruh dosen, staf pengajar, Taufik Hidayat, dan seluruh pegawai sekretariat Program S1 Reguler Sore Ilmu Komunikasi FEIS Universitas Bakrie;
7. Teman-teman *Batch 7 Colony 2* atas waktu kebersamaan dan dukungannya selama kurang-lebih tiga semester berbagi pengetahuan dan pengalaman akademis maupun praktis;
8. Firza Restu Putra yang selalu memberikan waktu, semangat, perhatian, kritik serta bantuannya dalam menyelesaikan skripsi saya ini. Terimakasih;
9. Sahabat-sahabat tercinta saya Rieke, Ayu, Silva, Vanny, Hendik, Fahmi, Septian dan Fakhrol terimakasih sudah selalu menghibur, mendukung dan memberikan semangat.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan untuk membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi orang-orang yang membacanya.

Jakarta, 26 Maret 2019

Sri Indah Wijayanti

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sri Indah Wijayanti
NIM : 1161923030
Program Studi : S1 Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya ini yang berjudul:

**REPRESENTASI PEREMPUAN DINAMIS DALAM IKLAN YOUTUBE
WARDAH INSTAPERFECT "FOR YOUR UNSTOPABLE MOVE" VERSI
RALINE SHAH**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmediakan atau mengganti format, mengelola dalam bentuk gudang data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta,

26 Maret 2019



Sri Indah Wijayanti

Representasi Perempuan Dinamis dalam Iklan Youtube Wardah Instaperfect “For Your Unstoppable Move” Versi Raline Shah

SRI INDAH WIJAYANTI

ABSTRAK

Iklan telah berkembang sebagai industri kreatif yang tidak hanya mempunyai nilai jual suatu jasa atau produk. Selain itu, pada saat ini iklan tidak hanya ditayangkan di televisi melainkan di media baru seperti halnya youtube. Selain bersifat persuasif iklan juga mengandung banyak makna yang menampilkan realitas sosial tertentu, dimana khalayak dapat melakukan interpretasi makna yang terdapat dalam iklan. Tanda-tanda tersebut antara lain terdiri dari tanda verbal dan tanda non-verbal. Iklan Wardah Instaperfect adalah salah satu iklan di Youtube yang tanda dan maknanya mengarah kepada suatu realitas sosial, yaitu representasi perempuan dinamis. Tujuan utama dari penelitian ini adalah mengungkap tentang: (1) Makna denotatif yang terdapat dalam iklan, (2) Makna konotatif yang terdapat dalam iklan, (3) Mitos, (4) Representasi perempuan dinamis melalui iklan Wardah Instaperfect. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode semiotika dari Roland Barthes. Melalui metode semiotika dalam iklan dapat dianalisis melalui denotatif dan konotatif, sehingga peneliti menemukan mitos-mitos yang menyertainya. Subjek penelitian mengambil iklan Youtube Wardah Instaperfect yang ditayangkan pada tahun 2018. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Wardah Instaperfect menggambarkan perempuan dinamis, seperti melakukan banyak aktivitas didalam ruangan dan diluar ruangan serta aktivitas yang berpindah-pindah tempat.

Kata kunci: Representasi, Perempuan Dinamis, Iklan, Wardah Instaperfect, Semiotika, Roland Barthes

Representation of Dynamic Women in Wardah Youtube Ads Instaperfect "For Your Unstoppable Move" Raline Shah Version

Sri Indah Wijayanti

ABSTRACT

The ads has developed as a creative industry that not only has the value of a service or product. In addition, at this time the ads aired not only in television but in new media as well as youtube. In addition to the persuasive nature of advertising also contains many signs that display specific social reality, where the audience can do an interpretation of meaning contained in the ad. Those signs among others consist of a verbal sign and nonverbal sign. Wardah advertising Instaperfect “for your untopable move” is one of the ads on Youtube are the sign and its meaning leads to a social reality, that representation of dynamic women. The main objective of this research is revealing about: (1) in denotative Meanings contained in the ads, (2) the meaning of the konotatif contained in advertisements, (3) the myth that was formed through a system of advertising signs in Wardah Instaperfect “for your unstoppable move”, (4) the representation of the dynamic woman of Wardah Instaperfect “for your unstoppable move” ads. The approach used in this study is a qualitative method with the semiotics of Roland Barthes. ad can be analyzed through on the denotative and konotative, so the researchers find the myths attached to them. The research subjects took Wardah Instaperfect Youtube advertisements that aired in 2018. The results of the study showed that Wardah advertisements Instaperfect portrayed dynamic women, such as doing lots of indoor and outdoor activities and moving activities.

Keywords: Representation, Dynamic Woman, Advertisement, Wardah Instaperfect, Semiotics, Roland Barthes

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.1.1 Manfaat Teoritis	7
1.1.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Tinjauan Pustaka terhadap Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Tinjauan Pustaka Tentang Kerangka Pemikiran	16
2.2.1 <i>Marketing Communication</i>	16
2.2.2 Social Media Marketing	17
2.2.3 Iklan Youtube	18
2.2.4 Perempuan Dalam Iklan	21

2.2.5	Perempuan Dinamis.....	22
2.2.6	Feminisme	23
2.2.7	Feminisme Postmodern	24
2.2.8	Semiotika Roland Barthes	25
2.2.9	Denotasi dan Konotatif Semiotika.....	25
2.2.10	Mitos Semiotika.....	28
2.2.11	Teori Representasi	28
2.3	Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		32
3.1	Metode Penelitian.....	32
3.2	Objek Penelitian	32
3.3	Sumber Data	33
3.3.1	Sumber Data Primer	33
3.3.2	Sumber Data Skunder	33
3.3	Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1	Wawancara	33
3.3.2	Studi Pustaka	34
3.4	Teknik Analisis Data	34
3.5	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	35
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data	36
3.7	Keterbatasan Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1	Profil Wardah Beauty Cosmetic Indonesia	38
4.1.2	Visi & Misi Wardah Beauty Cosmetic Indonesia	40
4.1.3	Product Wardah Beauty Cosmetic Indonesia	40

4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Iklan Wardah <i>Instaperfect “For Your Unstoppable Move”</i>	42
4.2.2 Analisis Makna Denotatif dan Konotatif Dialog dalam Iklan Wardah <i>Instaperfect “For Your Unstoppable Move”</i>	54
4.2.3 Analisis Makna Denotatif dan Konotatif Aktivitas yang Dilakukan dalam Iklan Wardah <i>Instaperfect “For Your Unstoppable Move”</i>	62
4.3 Pembahasan	73
4.3.1 Pemaknaan Denotatif pada Iklan Wardah <i>Instaperfect “For Your Unstoppable Move”</i>	73
4.3.2 Pemaknaan Konotatif pada Iklan Wardah <i>Instaperfect “For Your Unstoppable Move”</i>	76
4.3.3 Mitos pada Iklan Wardah <i>Instaperfect “For Your Unstoppable Move”</i>	79
4.3.4 Representasi Perempuan Dinamis dalam Iklan Wardah <i>Instaperfect “For Your Unstoppable Move”</i>	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
5.2.1 Saran Akademis	85
5.2.2 Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	90
PEDOMAN WAWANCARA PRAKTIKSI PERIKLAMAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	11
Tabel 2.2 Peta tanda Roland Barthes	27
Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	35
Tabel 4.1 Pengelompokan Adegan	43
Tabel 4.2 Identifikasi Monolog.....	55
Tabel 4.3 Identifikasi Monolog 1	56
Tabel 4.4 Identifikasi Monolog 2.....	56
Tabel 4.5 Identifikasi Monolog 3	57
Tabel 4.6 Identifikasi Monolog 4.....	58
Tabel 4.7 Identifikasi Monolog 5.....	59
Tabel 4.8 Identifikasi Monolog 6.....	60
Tabel 4.9 Identifikasi Monolog 7.....	61
Tabel 4.10 Identifikasi Monolog 8.....	62
Tabel 4.11 Identifikasi tanda Menggunakan <i>make up</i>	63
Tabel 4.12 Identifikasi tanda Sesi <i>interview</i>	64
Tabel 4.13 Identifikasi tanda Tokoh Raline Shah.....	65
Tabel 4.14 Identifikasi tanda Latar (<i>indoor</i> dan <i>outdoor</i>).....	66
Tabel 4.15 Identifikasi tanda Warna	67
Tabel 4.16 Identifikasi tanda Properti	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 3

Gambar 1.2 4

Gambar 4.3 Logo Wardah dengan *Tagline* 38

Gambar 4.4 Produk Wardah *Instaperfect* 41

Gambar 4.5 *Scene* 1 47

Gambar 4.6 *Scene* 2 47

Gambar 4.7 *Scene* 3 48

Gambar 4.8 *Scene* 4 49

Gambar 4.9 *Scene* 5 49

Gambar 4.10 *Scene* 6 50

Gambar 4.11 *Scene* 7 51

Gambar 4.12 *Scene* 8 52

Gambar 4.13 *Scene* 9 53

Gambar 4.14 *Scene* 10 53

Gambar 4.15 *Scene* 11 54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara *Digital Strategi*.....92
Lampiran 2. Pedoman Wawancara *Copywriter*94