

**REPRESENTASI WANITA IDEAL DAN GAYA HIDUP SEHAT
PADA IKLAN FEMMY FYBER DITA KARANG X DITA KERANG
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

TUGAS AKHIR



RISTI PARAMITA WIDA SENA

1231923003

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

2025

**REPRESENTASI WANITA IDEAL DAN GAYA HIDUP SEHAT
PADA IKLAN FEMMY FYBER DITA KARANG X DITA KERANG
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**



**RISTI PARAMITA WIDA SENA
1231923003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
2025**

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 : RISTI PARAMITA WIDA SENA

NIM : 1231923003

Tanda Tangan:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Risti Paramita Wida SENA', with a stylized flourish at the end.

Tanggal : 21 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

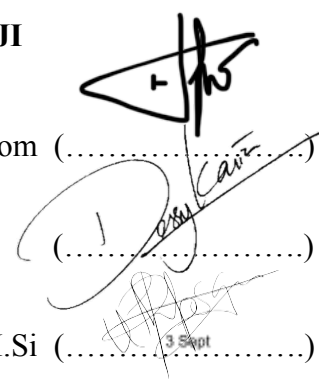
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Risti Paramita Wida Sena
NIM : 1231923003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Representasi Wanita Ideal dan Gaya Hidup Sehat Pada
Iklan Femmy Fiber Dita Karang X Dita Karang
(Analisis Semiotika Roland Barthes)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom (.....)
Penguji 1 : Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A (.....)
Penguji 2 : Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si (.....)



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2025

HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Dr. Dessy Kania, B.A.,M.A dan Ruth Putryani Saragih, S.I.Kom., M.Si selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk menguji peneliti dalam penyusunan skripsi ini;
3. Seluruh Dosen dan Staff Sekretariat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti berada perkuliahan;
4. Kepada suami tercinta Irawan Karmiandi terima kasih karena telah memberi dukungan berupa doa dan material dan menyemangati peneliti hingga saat ini;
5. Kepada keluarga tercinta yaitu, Ayah, dan Bunda yang telah memberikan bantuan dukungan moral. Terima kasih untuk doa dan dukungannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini; dan
6. Kepada teman-teman peneliti semasa kuliah yang mana telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 21 Agustus 2025



Risti Paramita Wida Sena

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Risti Paramita Wida Sena

NIM : 1231923003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**“Representasi Wanita Ideal dan Gaya Hidup Sehat Pada Iklan Femmy Fiber
Dita Karang X Dita Kerang (Analisis Semiotika Roland Barthes)”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : di Jakarta

Pada Tanggal : 21 Agustus 2025

Yang menyatakan



Risti Paramita Wida Sena

**REPRESENTASI WANITA IDEAL DAN GAYA HIDUP SEHAT PADA IKLAN
FEMMY FYBER DITA KARANG X DITA KERANG
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

Risti Paramita Wida Sena

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi wanita ideal dan gaya hidup sehat dalam iklan Femmy Fyber Dita Karang x Dita Kerang menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Iklan ini menarik perhatian publik karena menampilkan dua karakter wanita dengan bentuk tubuh dan gaya hidup yang kontras sehingga muncul suatu perbandingan yang terlihat nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tubuh ideal dan gaya hidup sehat direpresentasikan melalui karakter Dita Karang yang langsing, suka makan sayur dan buah serta rajin berolahraga sehingga mendapat validasi sosial, sementara tubuh Dita Kerang digambarkan sebaliknya sebagai kurang ideal dengan gaya hidup tidak sehat. Analisis makna denotatif, konotatif, dan mitos mengungkap bahwa iklan ini turut memperkuat narasi bahwa tubuh langsing lebih diinginkan secara sosial dan dianggap hasil dari gaya hidup sehat. Hal ini secara tidak langsung mendorong tekanan sosial terhadap wanita yang tidak memiliki bentuk tubuh yang dianggap ideal dalam masyarakat. Meskipun dikemas dengan pendekatan humor dan edukasi gaya hidup sehat, iklan ini berpotensi membentuk persepsi sempit tentang tubuh ideal wanita sehingga menimbulkan *body shaming*. Penelitian ini merekomendasikan perlunya representasi tubuh yang lebih inklusif dengan tetap mengedepankan edukasi gaya hidup sehat dalam media iklan.

Kata Kunci: Representasi, Wanita Ideal, Gaya Hidup Sehat, Iklan, Semiotika.

***REPRESENTATION OF THE IDEAL WOMAN AND A HEALTHY LIFESTYLE
IN THE FEMMY FYBER DITA KARANG X DITA KERANG ADVERTISEMENT
(ROLAND BARTHES' SEMIOTIC ANALYSIS)***

Risti Paramita Wida Sena

ABSTRACT

This study aims to analyze the representation of ideal women and a healthy lifestyle in the Femmy Fyber Dita Karang x Dita Kerang advertisement using Roland Barthes' semiotic approach. This advertisement attracts public attention because it displays two female characters with contrasting body shapes and lifestyles, creating a visible comparison. The results show that the ideal body and healthy lifestyle are represented through the character of Dita Karang who is slim, likes to eat vegetables and fruit and exercises diligently, thus gaining social validation, while Dita Kerang's body is depicted in contrast as less ideal with an unhealthy lifestyle. Analysis of denotative, connotative, and mythical meanings reveals that this advertisement also reinforces the narrative that a slim body is more socially desirable and is considered the result of a healthy lifestyle. This indirectly encourages social pressure on women who do not have a body shape considered ideal in society. Although packaged with a humorous approach and healthy lifestyle education, this advertisement has the potential to form a narrow perception of the ideal female body, resulting in body shaming. This study recommends the need for more inclusive body representation while still prioritizing healthy lifestyle education in advertising media.

Kata Kunci: Representation, Ideal Woman, Healthy Lifestyle, Advertising, Semiotics.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1. Teori dan Konsep yang Relevan.....	12
2.1.1. Teori Semiotika Roland Barthes.....	12
2.1.1.1. Signifikasi Tingkat Pertama (Denotatif).....	14
2.1.1.2. Signifikasi Tingkat Kedua (Konotatif).....	15
2.1.1.3. Mitos.....	15
2.1.2. Representasi.....	16
2.1.3. Media Iklan.....	17
2.1.3.1. Jenis Media Iklan.....	18
2.1.3.2. Fungsi Media Iklan Komersial.....	20
2.1.3.3. Ciri-ciri Iklan Komersial.....	20
2.1.4. Citra Wanita Dalam Media.....	21
2.1.5. Standar Tubuh Wanita Ideal.....	24
2.1.5.1. Evolusi Global Standar Bentuk Tubuh Wanita Ideal.....	24
2.1.5.2. Pengaruh Global Terhadap Standar Tubuh Wanita Ideal di Indonesia.....	29
2.1.6. Gaya Hidup Sehat.....	31
2.2. Penelitian Terdahulu.....	33
2.3. Pernyataan Kebaruan.....	41
2.4. Model Kerangka Pemikiran.....	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Desain dan Pendekatan.....	44
3.2. Obyek dan Subyek.....	45
3.3. Pengumpulan Data.....	46
3.3.1. Data Primer.....	46
3.3.1.1 Observasi.....	47
3.3.1.2 Dokumentasi.....	47
3.3.2. Data Sekunder.....	47
3.4. Teknik Analisis Data.....	48
3.4.1. Unit Analisis Potongan Scene.....	49
3.5. Triangulasi Data.....	50
3.6. Operasionalisasi Konsep/ Isu.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1. Gambaran Konteks Penelitian.....	57
4.1.1. Gambaran Umum Brand Femmy Fyber.....	58
4.1.2. Sinopsis Iklan Femmy Fyber Dita Karang x Dita Kerang.....	60
4.1.3. Tokoh dan Karakter Iklan Femmy Fyber Dita Karang x Dita Kerang.....	62
4.2. Penyajian Data.....	63
4.3. Hasil Penelitian.....	63
4.4.1. Scene Pertama.....	64
4.4.2. Scene Kedua.....	68
4.4.3. Scene Ketiga.....	73
4.4.4. Scene Keempat.....	78
4.4.5. Scene Kelima.....	81
4.5. Pembahasan dan Diskusi.....	85
4.5.1. Ideal vs Sehat Suatu Kontradiksi.....	85
4.5.2. Wanita Ideal dan Gaya Hidup Sehat dalam Iklan Femmy Fyber....	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Kendala Dan Keterbatasan.....	104
5.2. Saran dan Implikasi.....	105
5.2.1. Saran.....	105
5.2.2. Implikasi.....	106
DAFTAR PUSTAKA.....	108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Ringkasan Keadaan Digital di Indonesia.....	1
Gambar 1.2. Cuplikan 1 Headline Berita Tentang Standar Wanita Ideal di Media.....	3
Gambar 1.3. Cuplikan 2 Headline Berita Tentang Standar Wanita Ideal di Media.....	3
Gambar 1.4. Cuplikan 3 Headline Berita Tentang Standar Wanita Ideal di Media.....	4
Gambar 1.5. Iklan Slim & Fit.....	4
Gambar 1.6. Iklan WRP.....	5
Gambar 1.7. Iklan Citra.....	5
Gambar 1.8. Iklan NEWLAB+.....	5
Gambar 1.9. Iklan Fibe Mini.....	5
Gambar 1.10. Iklan POND'S.....	5
Gambar 1.11. Jumlah Pertambahan Populasi yang Hidup Lebih Sehat.....	5
Gambar 1.12. Foto Dita Karang dan Dita Kerang.....	6
Gambar 1.13. Ilustrasi perbedaan Dita Kerang dan Dita Karang.....	7
Gambar 1.14. Banner Iklan Femmy Fyber Dita Karang x Dita Kerang.....	8
Gambar 2.1. Peta Tanda Roland Barthes.....	12
Gambar 2.2. Signifikasi dan Mitos Roland Barthes.....	13
Gambar 2.3. Model Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 3.1. Foto Bapak Victor Studiaminto.....	57
Gambar 3.2. Foto Bapak Syahril Anwar.....	58
Gambar 3.3. Foto Ibu Hanny Nurahmawati.....	59
Gambar 3.4. Foto dr. Angela Dalimarta.....	59
Gambar 3.5. Foto Ibu Novil Cut Nizar.....	60
Gambar 4.1. Foto Produk Femmy Fyber.....	65
Gambar 4.2. Cuplikan Iklan Femmy Fyber Dita Karang x Dita Kerang dalam beberapa versi durasi.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian-penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1. Unit Analisis Potongan Scene.....	56
Tabel 3.2. Operasionalisasi Konsep.....	62
Tabel 4.1. Profil Iklan Femmy Fyber Dita Karang x Dita Kerang.....	66
Tabel 4.2. Pemeran Iklan Femmy Fyber Dita Karang x Dita Kerang.....	68
Tabel 4.3. Analisis Scene Pertama.....	72
Tabel 4.4. Analisis Scene Kedua.....	77
Tabel 4.5. Analisis Scene Ketiga.....	82
Tabel 4.6. Analisis Scene Keempat.....	85
Tabel 4.7. Analisis Scene Kelima.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Wawancara.....	112
Permohonan Izin Penelitian.....	150