

**REPRESENTASI MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN  
DALAM IKLAN “GLOSS BOMB UNIVERSAL LIP  
LUMINIZER FENTY BEAUTY BY RIHANNA”  
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

**TUGAS AKHIR**

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



**RIZKI MOUDY FATHIA**

**1151003128**

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

**JAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**Nama : Rizki Moudy Fathia**

**NIM : 1151003128**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 6 Juli 2019**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rizki Moudy Fathia  
NIM : 1151003128  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : **“Representasi Makna Kecantikan Perempuan dalam Iklan “Gloss Bomb Universal Lip Luminizer Fenty Beauty by Rihanna” (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Telah berhasil dipertaruhkan 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 1 : Mirana Hanathasia S.Sos.,MMediaPrac



Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M



Penguji 2 : Dessy Kania, M.A

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 6 Juli 2019

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan yang maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya, saya mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, saya mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua saya yang selalu memberikan saya doa serta dukungan hingga saat ini, Daddy yang selalu mendidik mental saya, Mama yang selalu memberikan kasih sayang, kak Puput, Dida, dan Kirana yang selalu memberikan keceriaan.
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang selalu memberikan ilmu, semangat, dan dukungan untuk penulis dan seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi 2015.
3. Ibu Mirana Hanathasia, MMediaPrac selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa memberikan ilmu, nasehat, bimbingan, semangat, dan masukannya selama menjalani masa perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Suharyanti selaku penguji 1 dan Miss Dessy Kania selaku penguji 2 yang telah membantu dan memberikan saya arahan dalam penyusunan Tugas Akhir saya hingga tahap akhir.
5. Para Dosen Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan mengajarkan saya untuk bisa berada ditahap ini.
6. Teman-teman Marketing Communcation dan Adbrand Club yang selalu berjuang bersama mengerjakan tugas dan lainnya. Terimakasih atas suka duka, canda tawa dan pengalamannya.

7. Teman-teman Komunal 2015 yang selalu menjadi penghibur, serta selalu memberikan semangat satu sama lain selama perkuliahan.
8. Teman-teman Komunal mulai dari 2010, 2011, 2012, 2013, dan 2014 yang memberikan do'a dan semangat untuk kami komunal 2015.
9. Teman-teman Biro Jodoh, Paha Besar, Djitonatic, dan Mbem yang telah memberikan dukungan, semangat, dan saling mendoakan satu sama lain.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rizki Moudy Fathia

NIM : 1151003128

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 Noneklusif** (*Non-Exclusive Royaty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Representasi Makna Kecantikan Perempuan dalam Iklan “Gloss Bomb Universal Lip Luminizer Fenty Beauty by Rihanna” (Analisis Semiotika Roland Barthes).**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 Juli 2019

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rizki Moudy Fathia', with a horizontal line underneath.

Rizki Moudy Fathia

**REPRESENTASI MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN  
DALAM IKLAN “GLOSS BOMB UNIVERSAL LIP  
LUMINIZER FENTY BEAUTY BY RIHANNA  
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

**Rizki Moudy Fathia**

---

**ABSTRAK**

Perempuan dan kecantikan adalah dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Kecantikan perempuan selalu menjadi pembicaraan di kalangan masyarakat. Karena itu timbul sebuah tuntutan untuk menjadi cantik setiap saat. Maka dari itu, perusahaan produk kecantikan berlomba-lomba membuat iklan yang kreatif dalam memberikan gambaran kecantikan perempuan. Dunia kecantikan yang saat ini semakin berkembang dan menuntut setiap perempuan untuk menjadi cantik mendorong Fenty Beauty untuk mengambil peluang pasar dalam mengiklankan produknya. Iklan Gloss Bomb Universal Lip Luminizer hadir untuk membangun rasa percaya diri perempuan dalam menjadi cantik. Generasi baru kecantikan saat ini berkembang menjadi kecantikan yang tidak lagi berdasarkan budaya tertentu. Namun definisi cantik berubah menjadi sesuatu yang nyata, dapat dilihat, serta dinikmati. Analisis makna kecantikan dalam iklan Gloss Bomb Universal Lip Luminizer ini menggunakan semiotika Roland Barthes untuk mengetahui makna denotatif, konotatif, dan mitos. Dalam mendapatkan dan memahami isi pesan di balik iklan ini, diperlukan kajian semiotika untuk mengungkapkan pesan yang terkandung di balik iklan ini. Makna kecantikan perempuan yang ingin disampaikan dalam iklan adalah bahwa wanita memiliki kecantikan yang beraneka ragam, tidak memandang bentuk tubuh, sifat ataupun warna kulit.

Kata kunci : Iklan, Kecantikan perempuan, Semiotika Roland Barthes



**REPRESENTASI MAKNA KECANTIKAN PEREMPUAN  
DALAM IKLAN “GLOSS BOMB UNIVERSAL LIP  
LUMINIZER FENTY BEAUTY BY RIHANNA”  
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

**Rizki Moudy Fathia**

---

**ABSTRACT**

*Women and beauty are two things that cannot be separated. Women's beauty has always been a conversation among the people. Because of that a demand arises to be beautiful at all times. Therefore, beauty product companies are competing to create creative advertisements to give a picture of women's beauty. The world of beauty that is currently growing and requires every woman to be beautiful encourages Fenty Beauty to take market opportunities in advertising their products. Gloss Bomb Universal Lip Luminizer ad is here to build a woman's confidence in being beautiful. A new generation of beauty is now developing into a beauty that is no longer based on a particular culture. But the definition of beautiful changes into something real, visible, and enjoyable. This analysis of the meaning of beauty in Gloss Bomb Universal Lip Luminizer ads uses Roland Barthes's semiotics to find out denotative, connotative, and mythical meanings. In getting and understanding the contents of the message behind this advertisement, a study of semiotics is needed to reveal the message contained in this advertisement. The meaning of the beauty of women to be conveyed in advertisements is that women have diverse beauty, regardless of body shape, nature or skin color.*

*Keywords: Advertisements, Women's Beauty, Roland Barthes's Semiotics*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran .....	24
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2.2 Semiotika Roland Barthes.....	26
2.2.3 Mitos .....	28
2.2.4 Representasi .....	31
2.2.5 Iklan Sebagai Media Massa .....	32
2.2.6 Sosok Perempuan dalam Media Massa.....	37
2.2.7 Kecantikan pada Perempuan .....	39
2.3 Kerangka Pemikiran .....	40
BAB III.....	42
METODELOGI PENELITIAN .....	42

3.1	Metode Penelitian .....	42
3.2	Objek dan Subjek Penelitian .....	42
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.3.1	Sumber Data.....	47
3.3.2	Teknik Analisis Data.....	48
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep.....	49
3.5	Teknik Analisis Data .....	49
3.6	Keabsahan Data .....	51
3.7	Batasan Penelitian .....	52
BAB IV .....		53
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Gambaran Umum Fenty Beauty by Rihanna .....	53
4.1.1	Gloss Bomb Universal Lip Luminizer .....	55
4.2	Hasil Penelitian .....	56
4.2.1	Identifikasi Adegan Representasi Kecantikan terhadap Perempuan pada iklan Gloss Bomb Universal Lip Luminizer Fenty Beauty by Rihanna .....	56
4.2.2	Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan “Gloss Bomb Universal Lip Luminizer Fenty Beauty by Rihanna” yang Merepresentasikan Makna Kecantikan Terhadap Perempuan .....	57
4.2.3	Mitos Kecantikan Terhadap Sosok Perempuan.....	68
4.3	Pembahasan.....	70
4.3.1	Mitos Makna Kecantikan Terhadap Perempuan pada Iklan.....	74
4.3.2	Representasi Kecantikan Terhadap Perempuan pada Iklan “Gloss Bomb Universal Lip Luminizer Fenty Beauty by Rihanna”.....	77
BAB V.....		79
KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA .....		82
LAMPIRAN.....		84

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Logo Fenty Beauty ..... 2

Gambar 4. 1 Poster Fenty Beauty ..... 53

Gambar 4. 2 Kutipan Rihanna..... 54

Gambar 4. 3 Gloss Bomb Universal Lip Luminizer ..... 56

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	23
Tabel 2. 2 Langkah Semiotika Roland Barthes.....	27
Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	40
Tabel 3. 1 Karakteristik Informan Primer.....	45
Tabel 3. 2 Karakteristik Informan Sekunder.....	45
Tabel 3. 3 Karakteristik Informan Sekunder.....	46
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Konsep.....	49