

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS MAKNA CANTIK DALAM IKLAN (Analisis Semiotika Pada Iklan Clean & Clear Foaming Facial Wash Versi "See The Real Me" Di Televisi)**

**OLEH**

**RIVA MUTHIA**

Salah satu iklan di televisi yang juga merupakan objek semiotika ialah iklan Produk kecantikan remaja Clean & Clear versi "*See The Real Me*". Iklan ini sangat berbeda dari kompetitornya dan sarat makna. Iklan yang ditujukan untuk remaja, ditampilkan dalam penyampaian yang sederhana, dengan segala kekurangan yang dimiliki setiap remaja.

Iklan ini bertujuan untuk menyampaikan kepada remaja Indonesia, dalam meningkatkan rasa kepercayaan diri remaja yang takut akan pendapat masyarakat sehingga membuat mereka tidak dapat menunjukkan jati diri sebenarnya.

Proses penafsiran atau pemberian makna pada iklan Clean & Clear versi "*See The Real Me*" ini menggunakan semiotika Roland Barthes. Barthes membagi proses penafsiran terhadap tanda menjadi dua tingkatan, yaitu denotasi dan konotasi. Iklan ini terdiri dari atas dua elemen, yaitu elemen visual berupa gambar dan warna, serta elemen audio yang berupa narasi. Kedua elemen ini berkaitan sehingga tidak mudah dimengerti. Untuk mendapatkan dan memahami isi pesan di balik iklan ini, diperlukan kajian semiotika sebagai pendekatan kualitatif untuk mengungkapkan pesan yang terkandung di balik iklan ini.

Setelah melalui analisis semiotika Roland Barthes, maka hasil penelitian ini terungkap bahwa setiap wanita memiliki kekurangan dan kelebihan yang dimiliki, bagaimana kita menerima hal tersebut dengan tetap percaya diri. Cantik ialah menerima diri dengan apa adanya baik kekurangan maupun kelebihan tanpa harus takut dengan pendapat orang lain.

Iklan Clean & Clear menunjukkan makna cantik yang ingin disampaikan pada iklan tersebut tidak hanya cerita seorang remaja yang menerima diri dengan apa adanya namun dalam iklan ini menunjukkan bahwa wanita memiliki kecantikan yang beraneka ragam, tidak memandang bentuk tubuh, sifat ataupun warna kulit.

Kata Kunci : Iklan, Semiotika, Makna Cantik

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE MEANING OF BEAUTY IN AN ADVERTISEMENT (SEMIOTICS ANALYSIS IN THE ADVERTISEMENT OF CLEAN & CLEAR FOAMING FACIAL WASH, “SEE THE REAL ME” VERSION)**

**BY**

**RIVA MUTHIA**

One of Television advertisement which became the object of semiotics is the advertisement of Clean & Clear Foaming Facial Wash “See The Real Me” version. This advertisement is really different from its competitors and full of meanings. This advertisement targeted teenagers as its segmentation. It was also packaged simply, emphasizing all the lacks and imperfections whose every teenager has.

The purpose of this advertisement was to tell Indonesian teenagers that in enhancing their confidence, they do not need to be afraid of others opinions. So, they can always show their real identities.

The interpretation process of the advertisement of Clean & Clear Foaming Facial Wash “See The Real Me” used semiotics approach by Roland Bathes. Barthes divided the interpretation process towards sign into two levels. They are denotation and connotation. This advertisement consisted of two elements; visual element such as colors and images and also audio element such as narration. Both elements were related to each other and hard to be understood. To obtain and understand the content behind this advertisement and also to reveal the message in it, this research applied the descriptive qualitative method along with semiotics approach.

The result of this research shows that every girl has their own lacks and advantages, and how girls can accept them as who they are confidently. Beauty is about accepting one self as who she is regardless her lacks and advantages without any fear of others opinions.

This advertisement did not only show teenagers that the meaning of beauty was not only about a girl who accept herself as who she is but it also show that girls have various beauties regardless their size of body, characters, or skin-color.

Keywords: Advertisement, Semiotic, Meaning of beauty.