

**KONSTRUKSI TANDA-TANDA KECANTIKAN DALAM  
IKLAN KOSMETIK WARDAH**

**(Analisis Semiotika Pada Produk Wardah Exclusive Series New  
Edition)**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Muhammadiyah Malang Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Oleh :

Salsabila Clarissa

202110040311082

Dosen Pembimbing :

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

**KONSTRUKSI TANDA-TANDA KECANTIKAN DALAM IKLAN KOSMETIK  
WARDAH**  
(Analisis Semiotika Pada Produk Wardah Exclusive Series New Edition)

Diajukan Oleh :

Salsabila Clarissa  
202110040311082

Telah disetujui  
Rabu / 19 Maret 2025

Pembimbing I



Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.

Wakil Dekan I



Nasrullah Nasrullah, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

## LEMBAR PENGESAHAN

### SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :




**Salsabila Clarissa**

**202110040311082**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 19 Maret 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Farid Rusman, M.Si (  )
2. Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv (  )
3. Dr. Frida Kusumastuti, M. Si. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Khalid Rijal, S.IP.,M.Hub.Int.**

# SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ 093 /FISIP-UMM/III/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Salsabila Clarissa  
No. Induk Mahasiswa : 202110040311082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Representasi Kecantikan Wanita Dalam Iklan Wardah Exclusive Series New Edition ( Analisis Semiotika Roland Barthes)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 6 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.



Kampus I

Jl. Blimbing 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 800 435

Kampus II

Jl. Firdausyanti Sidiyasa No. 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 142 (Hunting)  
F. +62 341 587 000

Kampus III

Jl. Raya Tumpang No. 740 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 404 219 (Hunting)  
F. +62 341 507 433  
E. webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

### Lembar Persetujuan Skripsi



Nama : Salsabila Clarissa  
NIM : 202110040311082  
Jurusan : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Representasi Kecantikan Wanita Dalam Iklan Wardah Exclusive Series New Edition ( Analisis Semiotika Roland Barthes)

Disetujui,  
Pembimbing

(Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.)

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bankeng 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 251 252 (Hunting)  
F: +62 341 856 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sultan No 146 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 521 129 (Hunting)  
F: +62 341 582 050

Kampus III  
Jl. Raya Tugu No. 285 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 279 (Hunting)  
F: +62 341 653 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Salsabila Clarissa  
NIM : 202110040311082



Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :  
Representasi Kecantikan Wanita Dalam Iklan Wardah Exclusive Series New Edition ( Analisis Semiotika Roland Barthes)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 6 Maret 2025



Kampus I  
Jl. Rahmatu 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 229 (Hunting)  
F. +62 341 860 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Salam No. 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 189 (Hunting)  
F. +62 341 587 000

Kampus III  
Jl. Raya Tegayman No. 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 219 (Hunting)  
F. +62 341 467 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Representasi Kecantikan Wanita Dalam Iklan Wardah Exclusive Series New Edition

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

Oleh:

Nama : Salsabila Clarissa

NIM : 202110040311082

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 6 Maret 2025

Pembimbing I/Promotor:

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

NIP. 10393090298



Kampus I

Jl. Sekeloa, 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 291 551 252 (Pusat)  
F. +62 291 551 435

Kampus II

Jl. Gedung Sate, No. 180 Malang, Jawa Timur  
P. +62 291 551 252 (Pusat)  
F. +62 291 551 435

Kampus III

Jl. Raja Tropicana No. 740 Malang, Jawa Timur  
P. +62 291 551 252 (Pusat)  
F. +62 291 551 435  
E. web@ummm.ac.id

## TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : SALSABILA CLARISSA

NIM : 202110090311082

Hasil Plagiasi: <sup>10/3</sup>

BAB I	13			
BAB II	11			
BAB III	14			

<sup>10/3</sup>

BAB IV	4			
BAB V	7			
BAB VI				

Malang, 10 MARET 2025

Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Salsabila Clarissa
2. NIM : 202110040311082
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Representasi Kecantikan Wanita Dalam Iklan Kosmetik Wardah *Exclusive Series New Edition* ( Analisis Semiotika Roland Barthes )
6. Dosen Pembimbing: Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
2 Maret 2024	ACC judul	
28 Juni 2024	ACC bab 2 dan 3	
3 Juli 2024	Seminar Proposal	
24 Januari 2025	ACC Bab 4 dan 5	
19 Februari 2025	Seminar Hasil	

Malang, 6 Maret 2025  
Dosen Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.



Kampus I  
Jl. Panjiwiro, 3 Malang, Jawa Timur  
P. 401 341 051, 253 (Hunting)  
F. 402 341 862 435

Kampus II  
Jl. Perintis Kemerdekaan No. 158 Malang, Jawa Timur  
P. 402 341 521 180 (Hunting)  
F. 402 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No. 265 Malang, Jawa Timur  
P. 402 341 404 318 (Hunting)  
F. 402 341 403 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Rabu 19 Februari 2025

Pukul 10.00 telah dilaksanakan Seminar Hasil Oleh :

Nama Peneliti	Salsabila Clarissa
NIM	202110040311082
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi - Publik Relation
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Representasi Kecantikan Wanita Dalam Iklan Kosmetik Wardah <i>Exclusive Series New Edition ( Analisis Semiotika Roland Barthes )</i>
Dosen Pembimbing	Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.
Dosen Penguji I	Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv



Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui platform Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji I dan sejumlah 22 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS.

Malang, 6 Maret 2025

Disetujui Oleh,  
Dosen Pembimbing

Dr. Frida Kusumastuti, M.Si.

Disetujui Oleh,  
Dosen Penguji

Isnani Dzuhrina/S.Sos, M.Adv

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I  
Jl. Baniung I Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 800 430

Kampus II  
Jl. Bendiungan Sukani No 150 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 550 000

Kampus III  
Jl. Raya Tuguas No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 424 218 (Hunting)  
F. +62 341 424 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



### DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



NO	NAMA	NIM	PRODI	INSTANSI
1	Adilla Bella Trianita	202110040311036	Ilmu Komunikasi	UMM
2	Suranita Mariska	22080694157	Akuntansi	UNESA
3	Diah Utami Agustin	225040200111185	Pertanian	UB
4	Karina Trisna W.	P171202140663	D3 Anafarma	POLKESMA
5	Dimas Handaru Bujana	202110040311217	Ilmu Komunikasi	UMM
6	Subhan Hafizh	202110040311097	Ilmu Komunikasi	UMM
7	Izza Avcarina Mutmainah	202110040311073	Ilmu Komunikasi	UMM
8	Febi Hasanul Fitrah	202110040311075	Ilmu Komunikasi	UMM
9	Bella Ninsiy Aqnaa Nafasa	202110040311088	Ilmu Komunikasi	UMM
10	Salma Arshanty	202110040311079	Ilmu Komunikasi	UMM
11	Meirsyah Mustika Bagaskara	202110040311064	Ilmu Komunikasi	UMM
12	Ananda Wahyu	202110040311173	Ilmu Komunikasi	UMM
13	M. Ihyan Hakim	202110040311110	Ilmu Komunikasi	UMM
14	Muhammad Fauzan Revina	202110040311089	Ilmu Komunikasi	UMM
15	Dimas Surya P.	2118042	Teknik Informatika	ITN Malang
16	Alfia Mutiara Iftina Zuharon	202110040311100	Ilmu Komunikasi	UMM
17	Bima Aji Saputra	1941230091	Teknik mesin	POLINEMA
18	Salsabila Khairunnisa	202110040311099	Ilmu Komunikasi	UMM
19	Zulfia Karim	202110040311411	Ilmu Komunikasi	UMM
20	Fadhila Naili Zakiyyah	202110040311179	Ilmu Komunikasi	UMM
21	Khresna Adzan T.	202110040311186	Ilmu Komunikasi	UMM
22	Raras Fatie	2020110040311450	Ilmu Komunikasi	UMM



**Kampus I**  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 293 (Hunting)  
F. +62 341 450 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sutani No 150 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 251 149 (Hunting)  
F. +62 341 557 050

**Kampus III**  
Jl. Raya Togomas No 740 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 454 279 (Hunting)  
F. +62 341 450 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Salsabila Clarissa. NIM 202110040311082. Representasi Kecantikan Wanita Dalam Iklan Kosmetik Wardah *Exclusive Series New Edition* (Analisis Semiotika Roland Barthes). Skripsi.

Komunikasi adalah bagian dari aktivitas sehari-hari, baik secara langsung maupun melalui media massa. Perkembangan teknologi semakin memudahkan akses informasi dan mengubah cara penyampaian iklan. Jika sebelumnya televisi menjadi media utama, kini platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok lebih dominan dalam menyebarkan pesan iklan. Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan pergeseran makna representasi kecantikan dalam iklan. Iklan tidak hanya berfungsi mempromosikan produk tetapi juga membentuk citra perusahaan dan opini publik. Berdasarkan hal ini, penelitian ini mengkaji Representasi Kecantikan Wanita dalam Iklan Kosmetik Wardah menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode semiotika Roland Barthes, teori feminisme dengan jenis penelitian kualitatif dan paragraf konstruktivisme. Lokasi penelitian yang peneliti lakukan menggunakan akun youtube wardah beauty yang diambil pada salah satu tayangan video iklan yang berdurasi 30 detik dengan judul wardah *exclusive series new edition*. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pada iklan tersebut ditemukan keretakan yang tidak sesuai dengan makna konotatif yang beredar di masyarakat sehingga penelitian ini lebih menekankan kepada representasi perempuan sebagai individu dalam iklan wardah *exclusive series new edition*. Kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa semiotika Roland Barthes yang merepresentasikan kecantikan wanita modern dilihat pada denotatif, konotatif, mitos serta makna yang tersembunyi menyatakan bahwa merepresentasikan kecantikan merupakan hasil dari pola hidup yang serba ideal tidak selalu mencerminkan realitas perempuan yang terjadi di masyarakat secara umum.

**Kata kunci :** *Representasi, Kecantikan, Iklan wardah, Semiotika*

Malang, 6 Maret 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Frida Kusumastuti, M. Si.

Penulis



Salsabila Clarissa

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillahirrabbi Alamin*, segala puji bagi Tuhan Allah SWT atas segala limpahan berkah dan Rahmat-Nya yang telah memberikan kelancaran, kemudahan, dan kekuatan dalam Menyusun tugas akhir skripsi dengan baik yang berjudul **KONSTRUKSI TANDA-TANDA KECANTIKAN DALAM KOSMETIK: ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA PRODUK WARDAH EXCLUSIVE SERIES NEW EDITION**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Shalawat serta salam turut tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan ajaran Islam dan ilmu-ilmu pengetahuan kepada seluruh umat manusia dari zaman jahiliyah hingga sekarang.

Penulis menyadari betul bahwasannya dalam pengerjaan tugas akhir ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis serta pengalaman yang masih kurang dalam Menyusun skripsi. Tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bimbingan, bantuan, nasehat, motivasi dan doa yang diberikan kepada penulis dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sangat mendalam kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan petunjuk, kemudahan dan kekuatan kepada penulis sehingga Tugas Akhir Skripsi ini terselesaikan.
2. Kepada cinta pertama dalam hidup penulis, Bapak H. Budi Wahyu Handayanto S. sos., Alhamdulillah penulis sudah berada ditahap ini, menyelesaikan karya tulis yang sederhana. Terimakasih engkau selalu memberikan kasih sayang yang sangat luar biasa besar, nasihat, motivasi, semangat dan doa yang terbaik untuk putri bungsumu.

Semoga papa sehat selalu dan panjang umur semoga penulis bisa selalu diberi kesempatan untuk selalu membahagiakan papa dan mama.

3. Kepada Mama tercinta, Ibu Hj. Dra. Endah Susilowati perempuan hebat yang sudah membesarkan dan mendidik anak-anaknya hingga mendapatkan gelar sarjana serta selalu menjadi penyemangat bagi penulis. Terimakasih untuk doa ibu yang sangat luar biasa, kasih sayang, nasihat, motivasi, dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang sederhana ini, semoga mama sehat selalu dan panjang umur. Karena mama harus ada disetiap perjalanan hidup penulis.
4. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Dr. Muslimin Machmud M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Bapak Nasrullah S.Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
7. Ibu Dr. Frida Kusumastuti, M.Si. selaku dosen pembimbing peneliti yang sabar dalam membimbing penulis, memberikan ilmu dan dorongan serta masukan yang sangat manfaat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, dan dukungan kepada penulis semasa perkuliahan.
9. Kepada M. Ihyan Hakim, penulis ucapkan terimakasih karena telah menjadi salah satu orang yang selalu ada dan kebersamai pada masa perkuliahan hingga pada tahap penyusunan skripsi. Terimakasih untuk setiap kesabaran dalam menghadapi penulis dan juga setiap kontribusi baik dalam hal tenaga, materi, semangat, dan waktu yang diberikan.
10. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang mau dan mampu bertahan, berjuang, dan tidak menyerah ditengah perjalanan yang penuh tantangan ini. Terimakasih untuk selalu semangat dan berusaha untuk membahagiakan mama papa.

Kepada mereka semua, yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus Ikhlas yang dapat saya persembahkan, semoga Allah SWT membahas kebaikan semuanya Aamiin. Besar harapan penulis agar penelitian ini bisa bermanfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari betul masih banyak kekurangan dalam penelitian tugas akhir skripsi ini. Oleh karena itu penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran dari semua pihak

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*



## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI .....	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL .....	ix
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL .....	x
ABSTRAK .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat teoritis .....	10
1.4.2. Manfaat praktis .....	11
1.4.3. Manfaat Akademis .....	11

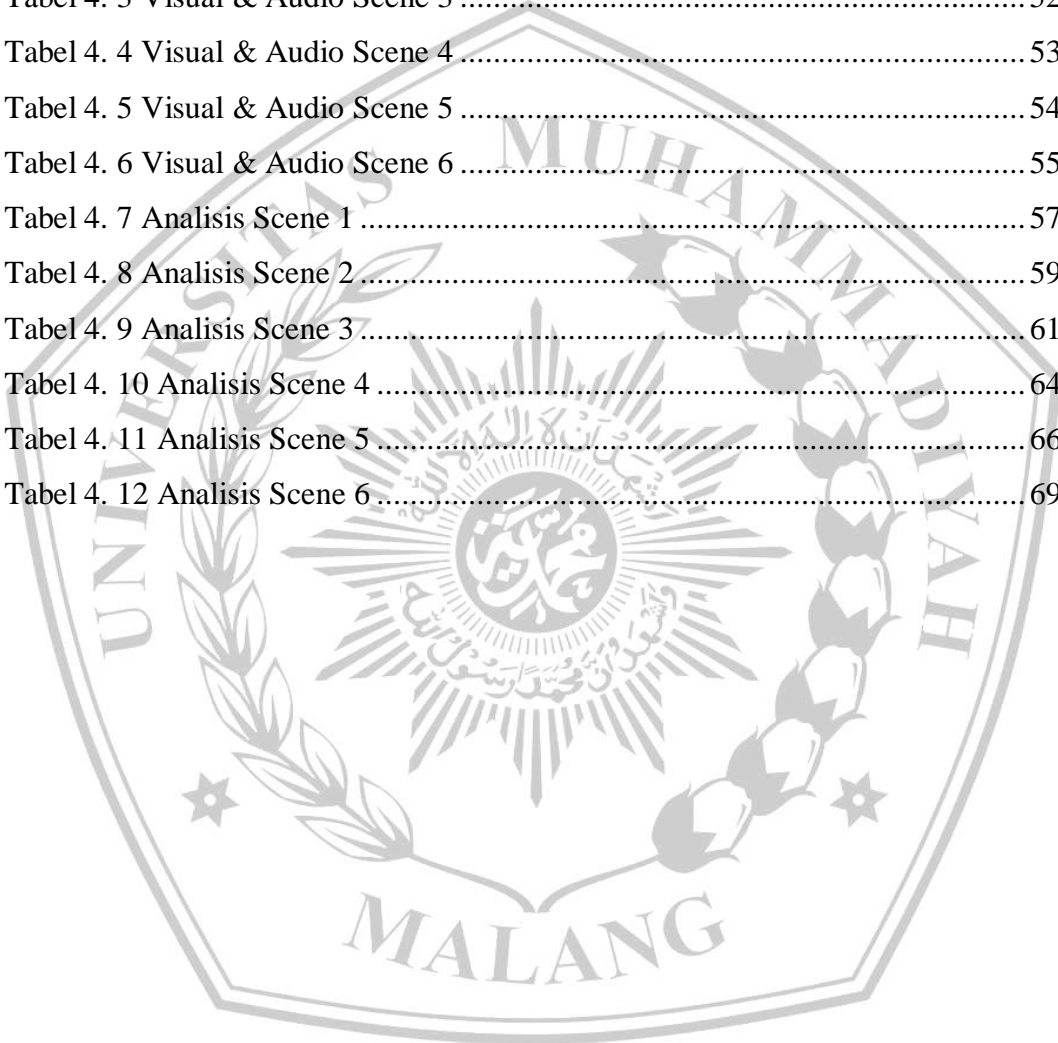
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Youtube Sebagai Media Komunikasi Iklan .....	16
2.2.1 Youtube .....	16
2.2.2 Komunikasi.....	18
2.2.3 Macam – Macam iklan.....	19
2.2.4 Iklan Sebagai Metode Komunikasi .....	20
2.3 Unsur Pesan Komunikasi Dalam Iklan.....	21
2.4 Pesan Kecantikan Dalam Iklan Kosmetik.....	22
2.4.1 Kecantikan.....	23
2.5 Makna-Makna di Balik Tanda .....	25
2.6 Konstruksi Tanda-Tanda Kecantikan Dalam Iklan .....	26
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
3.1 Paradigma Penelitian .....	31
3.2 Pendekatan dan Tipe Penelitian .....	31
3.3 Fokus Penelitian .....	32
3.2 Lokasi Penelitian.....	32
3.3 Sumber Data Penelitian .....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5 Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	37
4.1 Sejarah Produk Wardah .....	37
4.2 Profil Wardah .....	38
4.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.4 Logo Wardah.....	45
4.5 Profil <i>Brand Ambassador</i> .....	46

4.6 Iklan Wardah <i>Exclusive Series New Edition</i> .....	48
4.7 Tanda dalam Iklan Wardah Versi <i>Exclusive Series</i> .....	49
4.8 Pembahasan.....	56
4.9 Pembahasan Hasil Temuan .....	70
BAB V PENUTUP .....	78
5.1 Kesimpulan .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	82



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Kerja Analisa.....	35
Tabel 3. 2 Kerja Analisa.....	35
Tabel 4. 1 Visual & Audio Scene 1 .....	50
Tabel 4. 2 Visual & Audio Scene 2 .....	51
Tabel 4. 3 Visual & Audio Scene 3 .....	52
Tabel 4. 4 Visual & Audio Scene 4 .....	53
Tabel 4. 5 Visual & Audio Scene 5 .....	54
Tabel 4. 6 Visual & Audio Scene 6 .....	55
Tabel 4. 7 Analisis Scene 1 .....	57
Tabel 4. 8 Analisis Scene 2 .....	59
Tabel 4. 9 Analisis Scene 3 .....	61
Tabel 4. 10 Analisis Scene 4 .....	64
Tabel 4. 11 Analisis Scene 5 .....	66
Tabel 4. 12 Analisis Scene 6 .....	69



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Analisis Simiotika Roland Barthes.....	29
Gambar 4. 1 Brand Ambassador Wardah Exclusive Series tahun 2013.....	40
Gambar 4. 2 Produk Wardah Exclusive Series tahun 2013 .....	40
Gambar 4. 3 Brand Ambassador dan Produk Wardah Exclusive Series tahun 2015 .....	41
Gambar 4. 4 Brand Ambassador dan Produk Wardah Exclusive Series tahun 2017 .....	41
Gambar 4. 5 Brand Ambassador Wardah Exclusive Series tahun 2018.....	42
Gambar 4. 6 Produk Wardah Exclusive Series tahun 2018 .....	42
Gambar 4. 7 Brand Ambassador Wardah Exclusive Series tahun 2018.....	43
Gambar 4. 8 Produk Wardah Exclusive Series tahun 2018 .....	44
Gambar 4. 9 logo wardah.....	46
Gambar 4. 10 Dara Arafah Brand Ambassador Wardah Exclusive Series New Edition.....	47
Gambar 4. 11 Dara Arafah mengaplikasikan Two-Way Cake.....	50
Gambar 4. 12 Dara Arafah berjabat tangan.....	51
Gambar 4. 13 Dara Arafah mengawasi sesi pemotretan dan mengangkat telepon dari ponselnya.....	52
Gambar 4. 14 Dara Arafah berganti pakaian yang lebih modis dan merangkai bunga.....	53
Gambar 4. 15 Dara Arafah berjalan dengan mengenakan fashion maskulin .....	54
Gambar 4. 16 Dara Arafah tersenyum dengan Wajah Flawless.....	55
Gambar 4. 17 Gambar perbedaan kostum wanita Maskulinitas dan wanita Muslimah.....	68

## DAFTAR PUSTAKA

- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan micro-influencer pada media sosial sebagai strategi public relations di era digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206-225.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., & Pakpahan, N. S. (2022). Komunikasi massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134-142.
- Hamid, S. A. (2016). Pengaruh media massa terhadap perubahan sosial masyarakat. *e-BANGI*, 11, 214-226.
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PRofesi Humas*, 3(1), 1-20.
- Pangestu, I. P. (2018). REPRESENTASI ANAK MUDA DALAM IKLAN TELEVISI (Analisis Semiotik Iklan Extra Joss Blend Versi Aliando dan Mizone Versi Bantu Semangat Oke Lagi).
- Erningtyas, E. (2013). *KONSTRUKSI IKLAN ATAS MASKULINITAS (ANALISIS SEMIOTIKA IKLAN TELEVISI VASELINE MEN VERSI VASELINE MEN FACE MOISTURIZER DARIUS SINATHRIYA)* (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Worotitjan, H. G. (2014). *Konstruksi kecantikan dalam iklan kosmetik Wardah* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).
- Irbavo, J. W. (2013). *EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI KARTU SELULER (Studi Efektifitas Iklan Televisi Kartu As Versi Ganteng Level 10, AXIS Versi Tali Persahabatan, XL Versi Noah Band Menggunakan Metode EPIC Model Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Angkatan 2012 Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga)* (Doctoral dissertation, UAJY).
- Worotitjan, H. G. (2014). *Konstruksi kecantikan dalam iklan kosmetik Wardah* (Doctoral dissertation, Petra Christian University).

- Sari, S. (2012). Stereotip, bahasa, dan pencitraan perempuan pada iklan dalam perspektif budaya populer. *Observasi*, 10(1), 220683.
- Putra, R. P. (2021). Programmatic: strategi efektif pemasangan iklan di era digital. *Jurnal Studi Komunikasi*, 5(3), 812-838.
- Oentari, D. S. (2010). Konstruksi realitas sosial dalam berita politik.
- Cahyani, S. R. (2019). *Konstruksi Kecantikan Pada Iklan Wardah Versi "Halal Dari Awal"* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Christiani, L. C. (2023). *TWEEN Tubuh perempuan yang patuh*. Samudra Biru.
- Rusman, F. (2024). *Teori-Teori Komunikasi*. UMM Press.
- Galang, T. (2021). *Pengaruh youtube beauty vlogger terhadap minat beli konsumen dan dampaknya terhadap keputusan pembelian produk (Studi pada viewers Youtube Wardah channel Suhay Salim)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Badawi, M. A. (2024). *REPRESENTASI "KECANTIKAN" PEREMPUAN DALAM FILM IMPERFECT: KARIER, CINTA & TIMBANGAN= Representation of "Beauty" in Women in the Film Imperfect: Career, Love & Scale* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotics In Research Method of Communication [Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi]. *Jurnal Pekommas*, 16(1), 73-82.
- Shiddiqoh, F. (2022). *MAKNA FEMINISME INTERSEKSIONAL (STUDI KASUS AKTIVIS FEMINIS SOLIDARITAS PEREMPUAN ANGING MAMMIRI)= THE MEANING OF INTERSECTIONAL FEMINISM (CASE STUDY OF WOMEN ACTIVIST WOMEN'S SOLIDARITY OF HUMAN RIGHTS ANGING MAMMIRI)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

- Wijaya, H. (2018). *Analisis data kualitatif ilmu pendidikan teologi*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Mulyana, A., Vidiati, C., Danarahmanto, P. A., Agussalim, A., Apriani, W., Fiansi, F., ... & Martono, S. M. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Penerbit Widina.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe penelitian deskripsi dalam ilmu komunikasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 83-90.
- Haque, M. G. (2023). BUKU AJAR e-book, "Perjalanan Industri & Jaminan Produk halal Indonesia", Marissa Grace Haque, Sem Genap 2022-2023-2, ISBN 978-623-09-2593-1, Sonpedia.
- Hidayati, A. N. (2010). *Iklan Sebagai Media Dakwah Islam (Analisis Semiotik pada Iklan Kosmetika Wardah dalam Majalah Noor)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Astri Suci Rahmadani, A. (2024). *Makna Kecantikan Wanita Dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Wardah Exclusive Series New Edition)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Risma, V. Q., & Yudha, W. (2023). Representasi Kecantikan dalam Iklan Wardah "Feel The Beauty" (Analisis Semiotika Roland Barthes) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Satria, G. D., & Junaedi, F. (2022). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Garnier Sakura White dan Wardah White Secret. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(1), 93-119.
- Dewi, M. C. (2013). Representasi pakaian muslimah dalam iklan (analisis semiotika Charles Sanders Peirce pada iklan kosmetik Wardah di tabloid nova) (Doctoral dissertation, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA).
- Kholqiana, A., Fauzianin, Q., & Azzahra, S. T. (2020). Representasi Komodifikasi Simbol Religi dalam Iklan Wardah. *Jurnal Audiens*, 1(2), 193-198.

- Djamereng, A. (2018). Analisis Semiotika pada iklan di televisi (Iklan Wardah dan iklan Total Almeera).
- Paramita, N. D. P. (2018). Representasi Perempuan cantik Dalam Iklan: Studi Kasus Isam Wardah di Televisi (Master's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Sahara, A. R. (2019). Representasi cantik iklan wardah di televisi (Studi analisis semiotik iklan wardah exclusive series versi Dewi Sandra in Paris) (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Alka Bintaya, C. (2022). Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia Dalam Iklan Wardah feel the beauty (analisis semiotik charles sanders pierce) (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Damayanti, R. (2020). *Representasi Citra Muslimah Dalam Iklan Wardah Perfect Bright Tone Up Cream Versi Ayana Jihye Moon* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- CREC, A. S. (2013). Representasi Perempuan Muslim Kontemporer: Identitas Perempuan Muslim pada Iklan Wardah. *Visualita*, 5(1), 100-115.
- Worotitjan, H. G. (2014). Konstruksi kecantikan dalam iklan kosmetik Wardah. *Jurnal e-komunikasi*, 2(2).
- Zulfa, I. (2017). *Representasi citra muslimah dalam iklan wardah exclusive series versi Dewi Sandra In Paris* (Bachelor's thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2017).
- Esther Shakadina Abiel Husodo, "Representasi Perempuan dalam Video Musik Swalla: Kajian Semiotika Roland Barthes", Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara Tangerang, 2020
- Maulidani, D. N., & Listiani, E. (2021). Makna Cantik dalam Iklan Kosmetik di Televisi. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 379-381.

- Kamala, Rija . 2017. “Representasi Perempuan dalam Iklan Shampo Sunsilk Clean and Fresh Versi Hijab di Televisi”, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
- Rahmah, N. A., & Hariyanto, H. (2022). Representasi Kecantikan Wanita pada Iklan Televisi Wardah. *Media and Empowerment Communication Journal*, 1(2), 22-37.
- Abdullah, M. M. R. (2017). *Manajemen komunikasi periklanan*. Aswaja Pressindo.
- Herdiansyah, H. (2010). Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial.
- Kurniawan, R. A. (2011). Representasi kecantikan wanita dalam iklan nature-e (analisis semiotika terhadap iklan majalah nature-e). *Skripsi. Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta*.
- Denis McQuail, *Mass Communication Theory* ( London: 4th Edition, Sage Publication, 2000),
- Darwanto, *Televisi Sebagai Media Pendidikan* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2007)
- Akhmad Padila, *Representasi Sensualitas Perempuan dalam Iklan (Analisis Semiotika)*
- Delvi, N. M. (2023). Citra perempuan dalam iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Shopee 11.11 Big Sale). Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang
- Adinda, M. S. (2024). Dekonstruksi citra kecantikan perempuan melalui iklan (Analisis Semiotik Roland Barthes dalam iklan produk body lotion “Ragam Cantik Indonesia Citra”). Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang
- Juliantoro, M. D. A. (2024). Mitos maskulinitas pada tokoh utama (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam film *Jakarta vs Everybody*). Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang

Zulfiananda, D. R. (2024). Representasi peran ayah dalam iklan Acer I.B.U (Ia Berjuang untukmu) di YouTube (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes). Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang.

Ghozi Daffa Satria, Fajar Junaedi (2022). Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Garnier Sakura White Dan Wardah White Secret

Hall. Stuart. 1997. Representation Cultural Representation And Signifying Practice. London: Sage Publications.

Asnat Riwu, Tri Pujiati (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film 3 Dara (Kajian Semiotika, Jurnal Deiksis, 213-214)

Sholichah, I., Putri, D., & Setiaji, A. (2023). Representasi Budaya Banyuwangi Dalam Banyuwangi Ethno Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan .

Danesi, M. (2012). Pesan, Tanda dan Makna, buku teks dasar mengenai semiotika dan teori komunikasi. Yogyakarta: Jalasutra.

