

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR MONOLOG .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    LATAR BELAKANG .....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3    TUJUAN.....	6
1.4    MANFAAT.....	6
1.4.1    Manfaat Akademis .....	6
1.4.2    Manfaat Praktis .....	6
1.5    Kerangka Pemikiran.....	6
1.5.1    Iklan dan perannya dalam mengkonstruksi pola pikir masyarakat .....	6
1.5.2    Kecantikan dan mitos kecantikan ( <i>beauty myth</i> ).....	8
1.5.3    Representasi dalam iklan.....	11
1.5.4    Semiotika.....	12
1.5.5    Semiotika Charler Sanders Peirce .....	14
1.6    Kerangka Konsep.....	15
1.7    Metode Penelitian .....	16
1.7.1    Metode.....	16
1.7.2    Objek Penelitian .....	17
1.8    Metode Penelitian .....	22
1.8.1    Teknik Pengumpulan Data .....	22
1.8.2    Teknik Analisis Data.....	23
<b>BAB II REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN .....</b>	<b>30</b>
2.1    Eksistensi perempuan dalam iklan.....	30
2.1.1    Tayangan Iklan.....	30
2.1.2    Perempuan dalam iklan .....	31
2.1.3    Representasi perempuan dalam iklan.....	32
2.1.4    Mitos kecantikan perempuan dalam iklan.....	35
2.2    Konstruksi kecantikan perempuan .....	37
2.2.1    Konstruksi kecantikan perempuan secara global .....	37
2.2.2    Konstruksi kecantikan perempuan di Indonesia.....	40

2.3	<i>Inner beauty</i> sebagai standar kecantikan.....	42
2.4	Kampanye <i>inner beauty</i> dalam iklan.....	43
<b>BAB III KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN NIVEA VERSI #EXTRACARE FOR EXTRA WOMEN</b> .....		46
3.1	Tinjauan Umum Perusahaan .....	46
3.1.1	Nivea .....	46
3.1.2	Logo PT. Beiersdorf dan Nivea .....	49
3.1.3	Varian Produk Nivea versi <i>Extra Bright</i> .....	50
3.2	Iklan Nivea Extra Care for Extra Women.....	52
3.2.1	Sinopsis iklan NIVEA versi # <i>ExtraCare for Extra Women</i> .....	53
3.2.2	Biografi Model Iklan Nivea versi # <i>ExtraCare for ExtraWomen</i> .....	54
<b>BAB IV REPRESENTASI KECANTIKAN PEREMPUAN DALAM IKLAN NIVEA #EXTRACARE FOR EXTRA WOMEN</b> .....		57
4.1	Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Nivea versi # <i>ExtraCare for Extra Women</i> .....	57
1.	Stereotipe kecantikan perempuan di masyarakat .....	59
2.	Kecantikan tidak hanya terlihat dari fisik tetapi juga dari sisi emosional ( <i>emotional appeal</i> ) .....	67
3.	Perempuan cantik adalah mereka yang aktif dan berkarir .....	80
4.	Perempuan yang cantik adalah mereka yang percaya diri .....	85
4.2	Paradigma pada Tiga Level Representasi .....	90
4.2.1	Paradigma Level Realitas .....	90
4.2.2	Paradigma Level Representasi .....	91
4.2.3	Paradigma Level Ideologi .....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		94
5.1	Kesimpulan .....	94
5.2	Saran.....	99
<b>LAMPIRAN</b> .....		100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		112

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jenis-jenis Teknik Pengambilan Gambar.....	24
Tabel 1. 2 Jenis-jenis Sudut Pengambilan Gambar.....	26
Tabel 1. 3 Jenis Teknik Pergerakan Kamera.....	27
Tabel 1. 4 Jenis-jensi Teknis Pencahayaan .....	29
Tabel 3. 1 Top Brand Index Produk <i>Hand &amp; Body Lotion</i> .....	47
Tabel 3. 2 Top Brand Index Kategori Produk <i>Sun Care</i> .....	48
Tabel 4. 1 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 1) .....	60
Tabel 4. 2 Tabel analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 2) .....	62
Tabel 4. 3 Tabel analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 3) .....	65
Tabel 4. 4 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 9) .....	68
Tabel 4. 5 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 10) .....	71
Tabel 4. 6 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 11) .....	74
Tabel 4. 7 analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 12) .....	76
Tabel 4. 8 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 13) .....	79
Tabel 4. 9 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 6) .....	80
Tabel 4. 10 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 8) .....	83
Tabel 4. 11 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 4) .....	85
Tabel 4. 12 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 4) .....	87
Tabel 4. 13 Analisis iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 7) .....	89

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triangle Meaning Charles Sander Peirce.....	23
Gambar 3. 1 Komparasi Brand Index kategori Hand & Body Lotion .....	47
Gambar 3. 2 Komparasi Brand Index kategori Sun Care .....	48
Gambar 3. 3 Logo Beiersdorf .....	49
Gambar 3. 4 Logo Nivea.....	50
Gambar 3. 5 Nivea Extra Bright 8 Superfood Deodorant Roll-on.....	50
Gambar 3. 6 Nivea Extra Brightening 8 Superfood Deodorant Spray .....	51
Gambar 3. 7 Nivea Extra Bright Body Serum Radiant & Smooth .....	51
Gambar 3. 8 Nivea Extra Bright Body Serum .....	52
Gambar 3. 9 Adithira Hanim.....	54
Gambar 3. 10 Priscilla Hertati L. Gaol .....	55
Gambar 3. 11 Amanda Farliany .....	56

## DAFTAR MONOLOG

Monolog 4. 1 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 1).....	60
Monolog 4. 2 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 2).....	63
Monolog 4. 3 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 3).....	66
Monolog 4. 4 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 9).....	69
Monolog 4. 5 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 5).....	71
Monolog 4. 6 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 11).....	74
Monolog 4. 7 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 12).....	77
Monolog 4. 8 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 6).....	81
Monolog 4. 9 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 8).....	83
Monolog 4. 10 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 4).....	86
Monolog 4. 11 Analisis Iklan Nivea <i>#ExtraCare for Extra Women</i> (Adegan 4).....	88