

ABSTRAKSI

Arus globalisasi tidak hanya menyentuh sisi ekonomi dan politik namun juga telah menyentuh sisi sosio-kultural masyarakat. Kultural global yang dikonstruksikan oleh perusahaan media internasional dengan memanfaatkan berbagai teknologi komunikasi khususnya televisi mencoba untuk membentuk persepsi dan identitas masyarakat baru, salah satunya adalah homogenisasi pola pikir mengenai konstruksi kecantikan perempuan menurut media televisi secara khusus dalam program iklan produk kosmetik Wardah “*Kisah Dibalik Cantikmu*” and Maybelline “*Clear Smooth All in One*”.

Sebagai sarana komunikasi massa, iklan menjadi sarana yang sangat efektif dalam aspek ekonomi khususnya pemasaran, komunikasi dan sosial. Iklan merupakan sebuah proses panjang yang melibatkan banyak pihak, mulai dari tahap produksi wacana hingga iklan yang siap dikonsumsi oleh masyarakat (*Encoding-Decoding*). Proses ini dapat dilihat melalui tiga tahap analisis yaitu, analisis teks, *discourse practice analysis* dan *sociocultural practice analysis*. Dalam analisis teks, teks iklan dijelaskan secara deskriptif-interpretatif melalui semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra yang ada. *Discourse practice analysis* digunakan untuk menafsirkan hubungan antara proses produksi dan konsumsi wacana yang dilakukan. *Sociocultural practice analysis* digunakan untuk mencari hubungan antara produksi wacana dengan keadaan sosial dan budaya dimana iklan tersebut berada.

Kata kunci: Citra, Perempuan, Iklan dan Kosmetik

ABSTRACT

Globalization is not only touched the side of economic and political but also has touched the side of the socio-cultural society. The global cultural construction purposes by the international media company by utilizing various different communication technologies, especially the television is trying to create the perception and identity of the new society. One of which is the homogenization of the mindset of the construction of female beauty in the television media particularly in the cosmetic product advertising program. For more specific, ads that are discussed in this essay are Wardah “*Kisah Dibalik Cantikmu*” and Maybelline “*Clear Smooth All in One*”.

As mass communication, advertising becomes a very effective in particular of the economic aspects of marketing, communication and social. Advertising is a long process involving many parties, ranging from the production phase of a discourse until the ads are ready to be consumed by the community (Encoding-Decoding). This process can be seen through in the three stages of analysis. They are analysis of text, discourse practice analysis and socio-cultural practices analysis. Text ads are described in descriptive-interpretative through all kinds of communication expression, speech, music, pictures, sound effects, the and an existing image. The discourse practice analysis used to interpret the relationship between the process of production and the process of consumption. The Socio-cultural practice analysis used to find the relationship between the production of discourse with the social and cultural circumstances where ads occur. (**Keywords:** Image, Women, Advertising and Cosmetic.)

