

Representasi kecantikan dalam kampanye iklan cetak Nivea La Beaute Est di Prancis = Representation of beauty in Nivea La Beaute Est print advertising campaign

Eka Bhella Pertiwi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447074&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pada umumnya, iklan produk perawatan kulit menunjukkan sosok wanita muda dengan rentang umur dua puluhan sampai tiga puluhan yang memiliki kulit putih, halus, lembut, dan tanpa bekas luka serta ditunjang dengan perawakan tinggi dan langsing dengan rambut lurus panjang terurai indah yang dapat menaklukkan pria. Dengan menggunakan metode semiotik, penelitian ini memperlihatkan citra kecantikan yang ditunjukkan dalam iklan. Makna iklan dapat dilihat melalui tanda dalam iklan, seperti warna, pakaian, model, ekspresi wajah, dan slogan yang tertulis dalam iklan. Dari tanda-tanda itu terlihat bahwa representasi kecantikan yang diusung NIVEA adalah kecantikan yang tidak hanya mengenai perawakan dan apa yang terlihat dari luar. Kecantikan dapat juga berupa tindakan yang dilakukan untuk orang lain dan perasaan yang sedang dirasakan.

<hr />

ABSTRACT

Generally, skin care product advertisement showed a figure of a young woman from twenties to thirties years old who have white, smooth, soft skin, without any stain. Supported by tall and slender body with long straight hair straggling wonderfully on her shoulders who can conquer men. By using a semiotic method, this article aims to show the beauty image shown in the advertisement. The purpose of the advertisement can be viewed through signs, such as color domination, clothes, models, facial expressions, and the slogans written in the advertisement. It would be noticeable from those signs that the representation of beauty that carried by NIVEA is not just about physique and appearance. Beauty can also be an act done for others and the feelings being felt.