

Representasi cantik khas Jepang dalam TV Indonesia melalui iklan Shinzu'i = Representation of Japanese beauty in Indonesian TV through Shinzu'i advertisement

Yusra Khairunnisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20485586&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRACT

Penelitian ini membahas mengenai kecantikan khas Jepang yang disajikan dalam iklan Shinzui sebagai produk lokal Indonesia selama dua dekade, yaitu dekade tahun 2000an dan dekade tahun 2010an. Penelitian ini ditulis dengan menggunakan teori semiotika oleh Roland Barthes. Metode yang digunakan skripsi ini adalah deskriptif analisis dan studi kepustakaan. Hasilnya adalah iklan-iklan Shinzui merepresentasikan cantik khas Jepang yaitu kulit putih alami, yang juga diinginkan di Indonesia. Kecenderungan iklan Shinzui terhadap Jepang karena citra Jepang yang baik di Indonesia, salah satunya mengenai kecantikan.

ABSTRACT

This study discusses the Japanese beauty presented in Shinzui advertisements as a local Indonesian product for two decades, 2000s and 2010s. This study was written using the theory of semiotics by Roland Barthes. The method used in this paper is descriptive analysis and literature study. The result is Shinzui advertisements represents Japans beautiful natural white skin, which is also desirable in Indonesia. The tendency of Shinzui advertisement towards to Japan because Japan has a good image in Indonesia, one of them is about beauty.