

**VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN  
PRODUK PERAWATAN KULIT**  
*(Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun  
Produksi PT Mustika Ratu)*

**SKRIPSI**

Oleh:

**ADELIA PUTRI**  
**1671650025**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN  
PRODUK PERAWATAN KULIT**  
*(Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun  
Produksi PT Mustika Ratu)*

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

**ADELIA PUTRI**  
**1671650025**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA  
2021**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

---

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Putri

NIM : 1671650025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK PERAWATAN KULIT (*Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun Produksi PT Mustika Ratu*)”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada skripsi.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya skripsi ini dianggap batal.

Jakarta,  
30 Juli 2021



**Adelia Putri**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI**

**VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK  
PERAWATAN KULIT (*Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun  
Produksi PT Mustika Ratu*)**

Oleh:

Nama : Adelia Putri  
NIM : 1671650025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Jurnalisme Multimedia

telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 30 Juli 2021

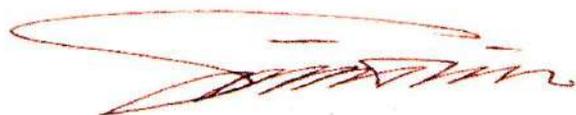
Menyetujui:

Pembimbing I

  
(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,

Pjs. Dekan,





(Singgih Sasongko, SIP. M.Si.) (Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc., Sc.)



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

Pada 30 Juli 2021 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Adelia Putri  
NIM : 1671650025  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Skripsi yang berjudul **“VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK PERAWATAN KULIT (*Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun Produksi PT Mustika Ratu*)”** oleh tim penguji yang terdiri dari:

<b>Nama Penguji</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tanda Tangan</b>
1. Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.	Ketua	
2. Dr. Melati M. Tobing, S.I.Kom., M.Si.	Anggota	
3. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom.	Anggota	

Jakarta, 30 Juli 2021



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

**PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Putri  
NIM : 1671650025  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Skripsi : Sarjana (S-1)  
Judul : **VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN  
PRODUK PERAWATAN KULIT (*Analisis Semiotika  
pada Iklan Minyak Zaitun Produksi PT Mustika Ratu*)**

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang belaku.

Jakarta, 18 Agustus 2021



**Adelia Putri**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**  
Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630  
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948  
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

## **HASIL SIDANG SKRIPSI**

Nama mahasiswa : Adelia Putri  
Nomor Induk Mahasiswa : 1671650025  
Program Studi/Peminatan : Ilmu Komunikasi/Jurnalisme Multimedia

### **TELAH MENEMPUH SIDANG SKRIPSI DAN MENYELESAIKAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Berjudul:

**“VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK  
PERAWATAN KULIT (*Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun Produksi  
PT Mustika Ratu*)”**

Dan dinyatakan **LULUS**, dengan Nilai/Predikat:

**75.58/A-/Sangat Memuaskan**

*Jakarta, 18 Agustus 2021*

Ketua Sidang/Penguji I,

**Dr. Chontina Siahaan, S.H., M.Si.**

Penguji II,

**Dr. Melati Mediana Tobing, S.I.Kom., M.Si. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom**

Penguji III,

Pjs. Dekan,



**Dr. Verdinand Robertua, S.Sos., M.Soc.Sc.**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

Jl. Mayjen Sutoyo No. 2, Cawang, Jakarta Timur - 13630  
Telp. (021) 8092425, 8009190, 80885230 / Fax. (021) 8093948  
Homepage: <http://www.uki.ac.id>

**LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM  
“VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK  
PERAWATAN KULIT (*Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun Produksi  
PT Mustika Ratu*)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa, isi CD-ROM Laporan Penelitian sama dengan  
revisi akhir.

*Jakarta, 18 Agustus 2021*

*Adelia*

**Adelia Putri**

Menyetujui:  
Pembimbing,

*Formas Juitan Lase*

**Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom**

Ketua Program Studi,

*Singgih Sasongko*

**Singgih Sasongko, SIP. M.Si.**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, Tuhan Yesus sungguh baik dan teramat baik dalam hidup penulis. Di setiap pergumulan, dan persoalan yang terjadi di dalam hidup penulis, penulis selalu yakin dan percaya bahwa Tuhan akan selalu memberikan jalan keluar dan selalu ikut campur dalam hidup penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **Visualisasi Peran Perempuan Dalam Iklan Produk Perawatan Kulit (Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun Produksi PT Mustika Ratu)** untuk memperoleh gelar S1 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Indonesia.

Pada penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi orang lain juga. Dalam penulisan ini penulis banyak mendapatkan pelajaran, motivasi dari orang-orang hebat, dan bantuan berupa bimbingan dari beberapa pihak orang lain untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Dengan tersusunnya skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada diri sendiri, terima kasih sudah bertahan sampai sejauh ini, juga sudah tidak pernah mengeluh dan menyalahkan keadaan yang terjadi. Kemudian untuk ketiga orang tua penulis, Papa, Mama, Bunda. Papa terima kasih untuk semuanya, atas cintanya, kasih sayangmu, kerja kerasmu, dan pengorbanan yang telah Papa berikan kepada penulis, terima kasih ya Papa sudah menjadi pria terhebat yang pernah ada di hidup penulis, yang berhasil mendidik anak-anaknya menjadi anak yang kuat tahan banting dan mandiri. Untuk Mama terima kasih tidak pernah menuntut penulis untuk menjadi orang lain, Mama bisa menerima semua kekurangan penulis, Mama yang tidak pernah kelihatan sedih di depan penulis, sosok penyabar dan penuh semangat walaupun sebetulnya berada dalam kondisi sulit. Teruntuk Bunda terima kasih sudah mendukung penulis dan doa-doanya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secepat mungkin. Dan terakhir Adik

penulis yaitu Ayya, yang sudah bawel setiap hari menanyakan kepada penulis kapan mengerjakan skripsinya? kapan bimbingannya? dan tidak pernah bosan menanyakan kenapa skripsi penulis tidak selesai-selesai, terima kasih Ayya sayang.

Selanjutnya kepada Dosen Pembimbing peneliti Kak Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom. Peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Kak Formas yang sudah mau memilih penulis untuk menjadi anak bimbingannya Kakak, terima kasih sudah meluangkan waktu, tenaga, dan juga kesabaran Kakak dalam membimbing penulis. Maaf, jika penulis sering menghilang dalam beberapa bulan atau beberapa minggu selama proses bimbingan berjalan. Berkat Kak Formas yang memberi bantuan dan arahan, penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sekali lagi peneliti benar-benar mengucapkan terima kasih. Kemudian penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Chontina Siahaan, M.Si dan Ibu Melati Mediana Tobing, S.T., S.I.Kom., M.Si. selaku dosen ilmu komunikasi juga penguji sidang skripsi, penulis mengucapkan banyak terima kasih karena telah memberikan banyak sekali masukan untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini, semoga diberikan kesehatan selalu ya Ibu Chontina dan Ibu Melati.

Kepada Jojo terima kasih sudah mau direpotkan oleh penulis, terima kasih sudah mau meminjamkan laptopnya selama satu tahun ini, dan juga jauh-jauh mengirimkan laptopnya dari Medan ke Jakarta untuk penulis, semoga kebaikan Jojo dibalas lebih banyak lagi oleh Tuhan Yesus Kristus. Lalu untuk teman BELANJA ONLEN yaitu Kenny, penulis benar-benar berterima kasih, terima kasih sudah mau menampung penulis dirumah Kenny untuk mengerjakan skripsi sampai subuh, terima kasih sudah mau sabar dalam mengajari penulis dan terima kasih sudah mau diganggu terus oleh penulis setiap harinya. Kemudian Ruth Debora Julianti, terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis selama berjalannya skripsi ini, yang mau ikut menginap dirumah Kenny juga, terima kasih sudah mengajak penulis jalan-jalan, juga selalu siap sedia disaat penulis sedang merasa kacau pikirannya, dan sudah mau menegur penulis disaat penulis salah. Untuk Pompe Andreanta Sinulingga, terima kasih ya sudah membantu penulis disaat penulis kesusahan, yang mau mendengarkan cerita-cerita penulis dan juga selalu memberikan saran-saran terbaiknya.

Kemudian kepada Gabriela Noviyanti, dan Yans Ferdinand terima kasih sudah menjadi teman haha hihi penulis, yang sudah menghibur penulis dalam

keadaan suka maupun duka, yang juga sering mentraktir penulis semoga rezekinya dilipatgandakan oleh Tuhan, sekali lagi terima kasih ya bunda-bunda sejuta umat manusia, penulis benar-benar sungguh terharu. Untuk Wina Sari Utami, terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik untuk penulis, juga sudah menjadi teman penulis dari awal ambil almamater, terima kasih sudah mengajarkan penulis agar tetap kuat dengan keadaan sekarang ini. Selanjutnya untuk Elisa Naomi, terima kasih ya El sudah peduli kepada penulis, yang selalu mencari-cari penulis sedang berada dimana, dan juga rajin mengajak penulis jalan-jalan, terima kasih sudah mau ada disaat penulis kesusahan, semangat untuk kita ya El. Dan untuk teman SMA penulis yaitu Junita Sarah, terima kasih sudah menjebak penulis yang tadinya mau kuliah bareng tapi malah ditinggal kerja, terima kasih sudah mau menjadi teman terbaik penulis, dan juga sudah mau menegur kebiasaan buruk penulis sehingga penulis bisa menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya, terima kasih sudah sabar dengan penulis selama ini, semoga kedepannya kita bisa tetap berteman ya sampai kapan pun itu.

Terakhir penulis ingin mengucapkan terima kasih setiap nama-nama yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas doa-doa baiknya yang tidak diketahui oleh penulis. Terima kasih kepada orang-orang yang turut bersukacita atas keberhasilan penulis yang dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada penulis menjadi berkat bagi kita semua. Penulis berharap semoga tujuan dari skripsi ini sesuai dengan apa yang diharapkan. Terima kasih, Tuhan Yesus Memberkati Kita Semua.

Jakarta, 30 Juli 2021



**Adelia Putri**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI...	v
HASIL SIDANG SKRIPSI.....	vi
LEMBAR PENYERAHAN CD-ROM.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
<i>ABSTRACT</i> .....	xix
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang. ....	1
B. Perumusan Masalah. ....	4
C. Tujuan Penelitian. ....	5
D. Manfaat Penelitian. ....	5
E. Sistematika Penulisan. ....	7
<b>BAB II     TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori ..... 9	
B. Kerangka Teoritis..... 14	
C. Kerangka Berpikir..... 17	
<b>BAB III    METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Paradigma Penelitian..... 19	
B. Pendekatan Penelitian..... 21	

C. Metode Penelitian.....	21
D. Sumber Data.....	22
E. Metode Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	25
G. Teknik Interpretasi Data.....	27
H. Keabsahan Data.....	27
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum PT Mustika Ratu TBK.....	29
1. Profil Perusahaan.....	29
2. Profil Pendiri Perusahaan.....	30
3. Sejarah Perusahaan.....	31
4. Visi dan Misi Perusahaan.....	31
5. Produk Mustika Ratu.....	32
6. Penghargaan yang diraih PT Mustika Ratu.....	32
7. Iklan Mustika Ratu 2018.....	32
8. Iklan Mustika Ratu 2019.....	33
9. Iklan Mustika Ratu 2020.....	33
B. Analisis Data.....	34
1. Analisis Data.....	34
a. <i>Relative Size</i> .....	37
1) Iklan 2018. ....	37
2) Iklan 2019. ....	38
3) Iklan 2020. ....	30
b. <i>Feminine Touch</i> .....	40
1) Iklan 2018. ....	40
2) Iklan 2019. ....	41
3) Iklan 2020. ....	43
c. <i>Function Ranking</i> .....	44
1) Iklan 2018. ....	45
2) Iklan 2019. ....	46
3) Iklan 2020. ....	49

d. <i>Ritualization of Subordination</i>	52
1) Iklan 2018. ....	52
2) Iklan 2019. ....	53
3) Iklan 2020. ....	54
e. <i>Licensed Withdrawal</i>	55
1) Iklan 2018. ....	55
2) Iklan 2019. ....	57
3) Iklan 2020. ....	58
f. <i>Body Display</i> . ....	59
1) Iklan 2018. ....	59
2) Iklan 2019. ....	61
3) Iklan 2020. ....	63
g. <i>Independence and Self-Assertiveness</i> .....	64
1) Iklan 2018. ....	64
2) Iklan 2019. ....	65
3) Iklan 2020. ....	66
C. Interpretasi Data. ....	67
<b>BAB V      PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan. ....	76
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> . ....	80
<b>LAMPIRAN</b> . ....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	17
Gambar 3.1 Iklan Minyak Zaitun Mustika Ratu 2018.....	23
Gambar 3.2 Iklan Minyak Zaitun Mustika Ratu 2019.....	23
Gambar 3.3 Iklan Minyak Zaitun Mustika Ratu 2020.....	24
Gambar 4.1 Iklan 2018 <i>Scene 5</i> (00.15).....	38
Gambar 4.2 Iklan 2018 <i>Scene 11</i> (00.43).....	38
Gambar 4.3 Iklan 2019 <i>Scene 2</i> (00.05).....	39
Gambar 4.4 Iklan 2020 <i>Scene 2</i> (00.06).....	39
Gambar 4.5 Iklan 2018 <i>Scene 4</i> (00.11).....	40
Gambar 4.6 Iklan 2018 <i>Scene 5</i> (00.15).....	40
Gambar 4.7 Iklan 2018 <i>Scene 6</i> (00.20).....	41
Gambar 4.8 Iklan 2018 <i>Scene 7</i> (00.23).....	41
Gambar 4.9 Iklan 2019 <i>Scene 1</i> (00.01).....	42
Gambar 4.10 Iklan 2019 <i>Scene 3</i> (00.06).....	42
Gambar 4.11 Iklan 2019 <i>Scene 4</i> (00.07).....	43
Gambar 4.12 Iklan 2019 <i>Scene 5</i> (00.08).....	43
Gambar 4.13 Iklan 2020 <i>Scene 1</i> (00.01).....	44

Gambar 4.14 Iklan 2020 <i>Scene</i> 4 (00.29).....	44
Gambar 4.15 Iklan 2020 <i>Scene</i> 6 (00.35) .....	44
Gambar 4.16 Iklan 2020 <i>Scene</i> 9 (00.41).....	44
Gambar 4.17 Iklan 2018 <i>Scene</i> 3 (00.06).....	46
Gambar 4.18 Iklan 2018 <i>Scene</i> 11 (00.43).....	46
Gambar 4.19 Iklan 2019 <i>Scene</i> 3 (00.06).....	48
Gambar 4.20 Iklan 2019 <i>Scene</i> 7 (00.09).....	48
Gambar 4.21 Iklan 2019 <i>Scene</i> 20 (00.19).....	49
Gambar 4.22 Iklan 2019 <i>Scene</i> 31 (00.38).....	49
Gambar 4.23 Iklan 2020 <i>Scene</i> 3 (00.14).....	51
Gambar 4.24 Iklan 2020 <i>Scene</i> 5 (00.31).....	51
Gambar 4.25 Iklan 2020 <i>Scene</i> 7 (00.37).....	51
Gambar 4.26 Iklan 2020 <i>Scene</i> 15 (00.50).....	51
Gambar 4.27 Iklan 2018 <i>Scene</i> 5 (00.15).....	52
Gambar 4.28 Iklan 2018 <i>Scene</i> 9 (00.37).....	53
Gambar 4.29 Iklan 2019 <i>Scene</i> 4 (00.07).....	54
Gambar 4.30 Iklan 2019 <i>Scene</i> 19 (00.14).....	54
Gambar 4.31 Iklan 2020 <i>Scene</i> 14 (00.49).....	55
Gambar 4.32 Iklan 2020 <i>Scene</i> 15 (00.51).....	55
Gambar 4.33 Iklan 2018 <i>Scene</i> 10 (00.39).....	56

Gambar 4.34 Iklan 2018 <i>Scene</i> 11 (00.43).....	56
Gambar 4.35 Iklan 2019 <i>Scene</i> 6 (00.09).....	58
Gambar 4.36 Iklan 2019 <i>Scene</i> 8 (00.09).....	58
Gambar 4.37 Iklan 2019 <i>Scene</i> 36 (00.51).....	58
Gambar 4.38 Iklan 2020 <i>Scene</i> 1 (00.01).....	59
Gambar 4.39 Iklan 2018 <i>Scene</i> 5 (00.15).....	60
Gambar 4.40 Iklan 2018 <i>Scene</i> 9 (00.37).....	61
Gambar 4.41 Iklan 2018 <i>Scene</i> 12 (00.45).....	61
Gambar 4.42 Iklan 2019 <i>Scene</i> 15 (00.12).....	62
Gambar 4.43 Iklan 2019 <i>Scene</i> 18 (00.17).....	62
Gambar 4.44 Iklan 2020 <i>Scene</i> 11 (00.45).....	63
Gambar 4.45 Iklan 2020 <i>Scene</i> 15 (00.51).....	63
Gambar 4.46 Iklan 2020 <i>Scene</i> 16 (00.52).....	64
Gambar 4.47 Iklan 2018 <i>Scene</i> 12 (00.45).....	65
Gambar 4.48 Iklan 2019 <i>Scene</i> 2 (00.04).....	65
Gambar 4.49 Iklan 2020 <i>Scene</i> 2 (00.06).....	67
Gambar 4.50 Iklan 2020 <i>Scene</i> 3 (00.13).....	67
Gambar 4.51 Iklan 2020 <i>Scene</i> 16 (00.51).....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Iklan Minyak Zaitun Mustika Ratu 2018.....	86
Lampiran 2. Iklan Minyak Zaitun Mustika Ratu 2019.....	92
Lampiran 3. Iklan Minyak Zaitun Mustika Ratu 2020.....	108



## ABSTRAK

- A. Adelia Putri (1671650025)
- B. FISIPOL/Ilmu Komunikasi/Jurnalisme Multimedia
- C. 113 Halaman + 28 Lampiran
- D. 35 buku + 16 Jurnal Ilmiah + 2 skripsi + 6 website
- E. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom
- F. **"VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK PERAWATAN KULIT (Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun Produksi PT Mustika Ratu)".**

Iklan-iklan televisi seringkali memvisualisasikan perempuan dengan stereotip-stereotip yang selama ini masih saja melekat pada perempuan, yaitu perempuan diharuskan cantik dengan ciri fisik yang kulitnya putih, rambutnya lurus, tubuhnya langsing, tinggi, dan memiliki kulit yang juga sangat lembut. Lalu perempuan seringkali tubuhnya diobjektifikasi, dengan menampilkan tubuh perempuan secara sensual untuk menarik perhatian para penonton, dan perempuan juga harus menjalankan kegiatan domestik, salah satunya memasak yang membuat hal ini lumrah bagi masyarakat. Kemudian peneliti menemukan iklan yang tampak sekilas sudah mulai mengeluarkan perempuan dari stereotipisasi, domestikasi, dan objektifikasi, yaitu iklan produk perawatan kulit minyak zaitun yang di iklankan oleh PT Mustika Ratu. Iklan yang ditampilkan oleh Mustika Ratu menjadi hal yang menarik untuk diteliti karena terlihat sudah mulai memberdayakan perempuan untuk berada di ruang publik. Penelitian ini bertujuan untuk melihat visualisasi peran perempuan di Mustika Ratu, dan bagaimana iklan ini menunjukkan keberpihakan, memberdayakan, dan mendorong perempuan untuk meraih kesetaraan gender. Penulis menggunakan teori *Backlash* oleh Susan Faludi dan konsep yang ada pada *Backlash* tersebut. Lalu penelitian ini menggunakan analisis semiotika Erving Goffman yang tentunya sudah diperbarui oleh Mee-Eun Kang untuk menambahkan dua teknik analisis. Sumber data penelitian ini menggunakan tiga iklan yang ada di *Youtube* Mustika Ratu dari tahun 2018-2020. Hasil dari penelitian ini, ternyata iklan Mustika Ratu masih belum mengeluarkan perempuan dari hal stereotipisasi standar kecantikan perempuan, objektifikasi pada tubuh perempuan, dan domestikasi, mustika ratu memvisualisasikan perempuan yang memiliki sebuah pekerjaan, mandiri, dan berpendidikan, tetapi dalam iklan tersebut tidak lupa untuk mengurus hal kecantikan yang ada di dalam dirinya itu sendiri.

**Kata Kunci: Visualisasi, Iklan, Perempuan, Backlash, Mustika Ratu**

## **ABSTRACT**

- A. Adelia Putri (1671650025)
- B. FISIPOL / Communication Science / Media Journalism
- C. 113 Pages + 28 Attachment
- D. 35 books + 16 Scientific Journals + 2 thesis + 6 websites
- E. Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom
- G. **"VISUALISASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN PRODUK PERAWATAN KULIT (Analisis Semiotika pada Iklan Minyak Zaitun Produksi PT Mustika Ratu)"**.

Television advertisement often visualize women with stereotypes that are still attached to women, women are required to be beautiful with physical characteristics of white skin, straight hair, slim body, tall, and have very soft skin. Then women's bodies are often objectified, by displaying women's bodies sensually to attract the attention of the audience, and women also have to carry out domestic activities, one of which is cooking which makes this commonplace for society. Then the researchers found that advertisements that seemed at first glance had begun to exclude women from stereotyping, domestication, and objectification, that is advertisements for olive oil skin care products by PT Mustika Ratu. The advertisements displayed by Mustika Ratu are interesting to study because they seem to have started to empower women to be in public spaces. This study aims to see the visualization of the role of women in Mustika Ratu, and how this advertisement shows siding with, empowering, and encouraging women to achieve gender equality. The author uses the Backlash theory by Susan Faludi and the concepts that exist in the Backlash. Then this study uses Erving Goffman's semiotic analysis which of course has been updated by Mee-Eun Kang to add two analytical techniques. The data sources of this research used three advertisements on Mustika Ratu Youtube from 2018-2020. The results of this study, it turns out that Mustika Ratu's advertisement still has not removed women from stereotyping women's beauty standards, objectification of the female body, and domestication, Mustika Ratu visualizes women who have a job, are independent, and educated, but in the ad they do not forget to take care of themselves. the thing of beauty that is in itself.

**Keywords: Visualization, Advertisement, Women, Backlash, Mustika Ratu**