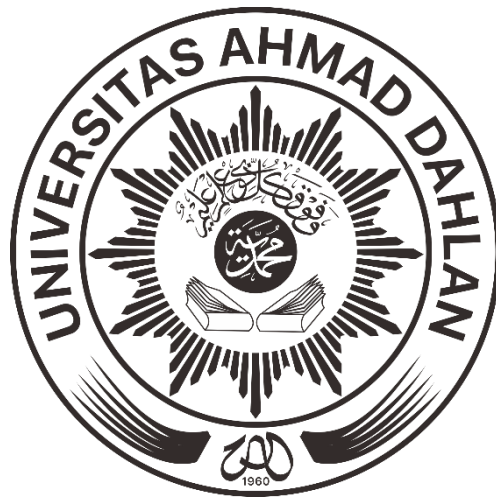


**REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM IKLAN REJOICE *RICH 3IN1*
VERSI KIKY SAPUTRI #RAMBUTNODRAMA
(ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)**

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, Dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan



OLEH:

ZAHROFAH FADHELLA NINDRA

1900030164

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SASTRA BUDAYA DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
YOGYAKARTA**

2024

PERSETUJUAN

**REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM IKLAN REJOICE *RICH 3IN1*
VERSI KIKY SAPUTRI #RAMBUTNODRAMA
(ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)**

SKRIPSI

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya Dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan**

Oleh:

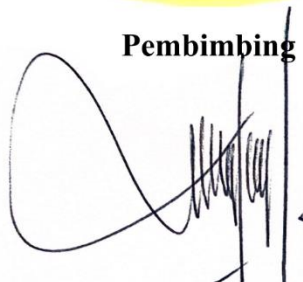
ZAHROFAH FADHELLA NINDRA

1900030164

Telah disetujui oleh:

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Sastra, Budaya, Dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Dan
Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diujikan**

Pembimbing



**Arif Ardy Wibowo, S.Sn., M.Sn.
NIPM. 19880909 201810 111 1279246**

PENGESAHAN

**REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM IKLAN REJOICE RICH 3IN1
VERSI KIKY SAPUTRI #RAMBUTNODRAMA
(ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)**

SKRIPSI

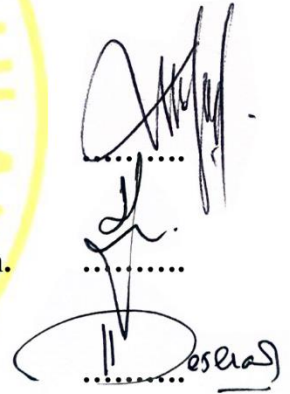
Oleh:

**ZAHROFAH FADHELLA NINDRA
1900030164**

**Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi pada 12
Januari 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan**

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

- 1. Ketua : Arif Ardy Wibowo, S.Sn., M.Sn.**
- 2. Penguji I : Muhamad Thoyib Amali, S.I.Kom., M.I.Kom.**
- 3. Penguji II : Iva Fikrani Deslia, S.IP., M.A.**



Yogyakarta, 12 Januari 2024

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Sastra, Budaya Dan Komunikasi



**Dekan
Wajiran, S.S., M.A., Ph.D.**

NIPM. 19791218 200309 111 0900733

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Zahrofah Fadhella Nindra

NIM : 1900030164

Program studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Email : zahrofah1900030164@webmail.uad.ac.id

Judul : Representasi Kecantikan Dalam Iklan Rejoice Rich 3in1 Versi Kiky Saputri #RambutNoDrama (Analisis Semiotika John Fiske)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar benarnya.

Mengetahui
Ketua Program Studi



Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A.
NIPM. 19930605 201810 011 1311335

Yogyakarta, 12 Januari 2024
Yang menyatakan



Zahrofah Fadhella Nindra
NIM. 1900030164

Lampiran 1

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zahrofah Fadhella Nindra
NIM : 1900030164
Program studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Email : zahrofah1900030164@webmail.uad.ac.id
Judul : Representasi Kecantikan Dalam Iklan Rejoice *Rich* 3in1 Versi Kiky Saputri #RambutNoDrama (Analisis Semiotika John Fiske)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan dan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 12 Januari 2024



Zahrofah Fadhella Nindra

Lampiran 2

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Zahrofah Fadhella Nindra
NIM : 1900030164
Program studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Email : zahrofah1900030164@webmail.uad.ac.id
Judul : Representasi Kecantikan Dalam Iklan Rejoice Rich 3in1 Versi Kiky Saputri #RambutNoDrama (Analisis Semiotika John Fiske)

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (mengizinkan/~~tidak mengizinkan~~)* karya tersebut diunggah ke dalam repository perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

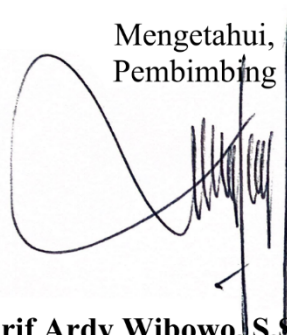
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 12 Januari 2024



Zahrofah Fadhella Nindra

Mengetahui,
Pembimbing



Arif Ardy Wibowo, S.Sn., M.Sn
NIPM. 19880909 201810 111 1279246

MOTTO



“Ketika dunia mendorongmu untuk berlutut, kamu berada dalam posisi yang sempurna untuk berdo’a”
(Jalaluddin Rumi) –

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia lain”
(Habib Ja’far Husein) –

“No *hiking*, i pusing”
(Penulis) –

HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya, Bapak Siswo Wasono dan Ibu Sri Indrayani yang telah memberikan support, dukungan, dan doanya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

Adik tercinta saya, Yesa Ade Nugraha yang selalu memberikan dukungan dan semangatnya.

Segenap Bapak dan Ibu Dosen prodi Ilmu Komunikasi UAD atas bimbingan dan arahnya.

Teman-teman prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Universitas Ahmad Dahlan.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah *robbil' alamin*, tak henti-hentinya penulis mengucapkan rasa syukur atas segala nikmat dan karunia *Allah subhanahu wa Ta'ala*. Berkat rahmat dan ridhoNya penulis diberi kesehatan, kekuatan fisik dan mental sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Representasi Kecantikan Dalam Iklan Rejoice Rich 3in1 Versi Kiky Saputri #RambutNoDrama (Analisis Semiotika John Fiske)”**. Lantunan shalawat serta salam tak lupa tersampaikan kepada suri tauladan sepanjang masa, Nabi *Muhammad Shalallah 'Alaihi wa sallam* yang selalu dinantikan syafaatnya di hari akhir kelak.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana strata-1 (s-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Dalam proses penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini tentunya peneliti tidak terlepas dari berbagai bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka dari itu dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi contoh sekaligus panutan bagi penulis.
3. Dr. Muchlas, M.T., Selaku rektor Universitas Ahmad Dahlan.

4. Wajiran, S.S., M.A., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Sastra, Budaya, dan Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
5. Fitrinanda An Nur, S.I.Kom., M.A., Selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
6. Arif Ardy Wibowo, S.Sn., M.Sn., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan sangat membantu dalam memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Muhammad Thoyib Amali, S.I.Kom., M.I.Kom dan Iva Fikrani Deslia, S.IP., M.A., selaku dosen penguji.
8. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
9. Bapak/Ibu segenap karyawan di Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
10. Kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Siswo Wasono dan Ibu Sri Indrayani. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis serta tidak henti-hentinya memberikan motivasi dan do'a hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah yang telah memberikan kasih sayang, materi, dan segala dukungan yang tiada terhingga yang hanya dapat saya balas dengan selebar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan.

11. Kepada diri saya sendiri, Zahrofah Fadhella Nindra karena tidak menyerah saat berada dalam keadaan yang sulit dan tetap berusaha hingga tuntas.
12. Adik laki-laki saya, Yesa Ade Nugraha yang memberikan semangat dan juga dukungan serta menjadi motivasi penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
13. Kepada Fahat Abdul Azis, terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat berkeluh kesah, selalu ada dalam suka maupun duka selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, doa yang senantiasa dilantunkan, dan seluruh hal baik yang diberikan selama ini.
14. Teman-teman terdekat saya Hasvina, Anisa Mega Trimardhika, dan Resti Aulia Ayu Wulandari sudah memberikan semangat, doa dan dukungannya.
15. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 19 Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
16. Terima Kasih kepada Iwan Fals karena dengan lagu-lagumu menemani penyusunan pengerjaan skripsi saya.
17. Teruntuk Gunung Rinjani yang menjadi salah satu motivasi penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
18. Semua pihak yang yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan yang telah diberikan ke peneliti dalam menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwasannya skripsi ini jauh dari kata sempurna serta masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua, khususnya bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 15 Desember 2023

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zahrofah Fadhella Nindra', written in a cursive style.

Zahrofah Fadhella Nindra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR BAGAN	xviii
INTISARI	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Akademis	9
2. Manfaat Praktis	9

E. Limitasi/Fokus Penelitian	10
F. Kajian Pustaka	10
1. Penelitian Sebelumnya	11
2. Kerangka Teori.....	16
G. Kerangka Pemikiran	34
H. Metode Penelitian	36
1. Jenis Penelitian	36
2. Objek Penelitian	37
3. Waktu Penelitian	37
4. Teknik Pengumpulan Data	38
5. Teknik Analisis Data	39
6. Teknik Validasi Data.....	40
BAB II GAMBARAN UMUM	42
A. Profil Organisasi	42
1. Procter & Gamble (P&G).....	43
2. Visi-Misi Perusahaan	45
3. Struktur Organisasi.....	45
4. Produk Rejoice	46
5. Aktivitas Iklan Rejoice Sebelumnya	49
6. Iklan Rejoice Indonesia #Rambutnodrama versi Kiky Saputri.....	50
B. Program Kerja	52
1. Kegiatan Internal Perusahaan.....	53
2. Kegiatan Eksternal Perusahaan	54

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Hasil Penelitian.....	57
B. Pembahasan.....	99
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
A. Kesimpulan.....	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 3	57
Tabel 3.2 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 4	60
Tabel 3.3 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 6	63
Tabel 3.4 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 7	66
Tabel 3.5 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 8	69
Tabel 3.6 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3i n1 versi Kiky Saputri shot 9	72
Tabel 3.7 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 11	75
Tabel 3.8 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 17	77
Tabel 3.9 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 22	80
Tabel 3.10 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 23	83
Tabel 3.11 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 24	86
Tabel 3.12 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 27	89
Tabel 3.13 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 28	93
Tabel 3.14 Hasil Analisis Iklan Rejoice Rich 3in1 versi Kiky Saputri shot 29	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Merk Shampoo Yang Digunakan Responden Desember 2022 ..	3
Gambar 1.2 Data Kurius Top Survey Brand Shampo Dan Sabun	3
Gambar 1.3 Cuplikan Iklan Rejoice 3in1 x Kiky Saputri	7
Gambar 2.1 Logo P&G	44
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan P&G pada Tahun 2023.....	46
Gambar 2.3 (Tampilan Sampo Rejoice Rich Soft & Smooth).....	47
Gambar 2.4 (Tampilan Beranda Instagram Rejoice sebelumnya)	49

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran.....	35
-----------------------------------	----

**REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM IKLAN REJOICE *RICH* 3IN1
VERSI KIKY SAPUTRI #RAMBUTNODRAMA
(ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)**

Oleh:

Zahrofah Fadhella Nindra

INTISARI

Rejoice Indonesia kali ini memperbaharui konsepnya dengan menggunakan *brand ambassador* seorang komedian dan konsep yang diusung pun berbeda dengan sebelumnya, dalam iklan ini Rejoice Indonesia telah menggeser stigma masyarakat Indonesia yang selalu menggunakan model berhijab. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi kecantikan yang ditampilkan dalam iklan sampo Rejoice versi "Kiky Saputri" berdasarkan analisis semiotika John Fiske.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan analisis semiotika milik John Fiske. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana representasi kecantikan dalam iklan Rejoice *Rich* 3in1 versi Kiky Saputri #RambutNoDrama. Sesuai analisis John Fiske yang memiliki beberapa level (realitas, representasi, dan ideologi).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa level realitas menjelaskan mengenai perempuan dengan tampilannya, level representasi menjelaskan mengenai teknik pengambilan gambar, pencahayaan dan suara yang mendukung penyampaian pesan dalam iklan, sedangkan level ideologi menjelaskan kecantikan *inner beauty*, *outer beauty* dan alur cerita yang terdapat pada video iklan.

Kata Kunci: Iklan, Kecantikan, Representasi, Semiotika John Fiske,

**REPRESENTATION OF BEAUTY IN THE ADVERTISEMENT REJOICE
RICH 3IN1 VERSION KIKY SAPUTRI #RAMBUTNODRAMA
(JOHN FISKE SEMIOTIC ANALYSIS)**

By:

Zahrofah Fadhella Nindra

ABSTRACT

Rejoice Indonesia renewed its concept this time by using a comedian as the brand ambassador and the concept carried was different from before, in this advertisement Rejoice Indonesia has shifted the stigma of Indonesian people who always use hijab models. This study aims to determine the representation of beauty in the advertisement Rejoice shampoo version "Kiky Saputri" based on John Fiske semiotic analysis.

This research uses a qualitative method, with John Fiske semiotic analysis approach. The purpose of this research is to see how the representation of beauty in the advertisement Rejoice Rich 3in1 version Kiky Saputri #RambutNoDrama. According to John Fiske analysis which has three levels (reality, representation, and ideology).

The results of this study indicate that the level of reality explains about women and their appearance, the level of representation explains about shooting techniques, lighting and sound that support the delivery of messages in advertisements, while the level of ideology explains about inner beauty, outer beauty and storylines contained in advertising videos.

Keyword: Advertising, Beauty, Representation, Semiotics John Fiske.