

**PENERIMAAN PENONTON PEREMPUAN MENGENAI
KECANTIKAN PEREMPUAN MELALUI *CORPORATE*
*ADVERTISING SK II “BARE SKIN PROJECT”***

SKRIPSI



Disusun Oleh :
Florence Pusung
NRP. 1423016154

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

201

SKRIPSI

PENERIMAAN PENONTON PEREMPUAN MENGENAI KECANTIKAN PEREMPUAN MELALUI *CORPORATE* *ADVERTISING* SK II “*BARE SKIN PROJECT*”

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala**

Surabaya



Disusun Oleh :

Florence Pusung

NRP: 1423016154

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : FLORENCE PUSUNG

NRP : 1423016154

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Penerimaan Penonton Perempuan Mengenai Kecantikan Perempuan Melalui Corporate Advertising SK II *"Bare Skin Project"*

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 18 Desember 2019

Penulis,



Florence Pusung

NRP. 1423016154

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Penerimaan Penonton Perempuan Mengenai Kecantikan Perempuan Melalui *Corporate Advertising* SK II "*Bare Skin Project*"

Oleh :

Florence Pusung

NRP: 1423016154

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Pembimbing II : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIDN. 0630077303



Surabaya, 18 Desember 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada : 12 Desember 2019



Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,

Yuli Nugraheni S.Sos. M.Si.

NIDN. 0630077303

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903
3. Anggota I : Anastasia Yuni W., S.Sos. M.Med.Kom.
NIDN. 0701067803
4. Anggota II : Yuli Nugraheni, S. Sos. , M.Si.
NIDN. 0630077303

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : FLORENCE PUSUNG

NRP : 1423016154

Menyetujui skripsi / karya ilmiah saya

Judul : **Penerimaan Penonton Perempuan Mengenai Kecantikan Perempuan Melalui Corporate Advertising SK II "Bare Skin Project"**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Desember 2019

Yang menyatakan,

Florence Pusung



ABSTRAK

Skripsi ini berjudul penerimaan penonton perempuan mengenai kecantikan melalui *Corporate Advertising* SK II “*Bare Skin Project*”. Membahas mengenai bagaimana penerimaan penonton perempuan iklan korporat SK II “*Bare Skin Project*” yang menyatakan bagaimana kini setiap perempuan memiliki peluang yang sama dalam menjadi cantik, yakni cantik tanpa menggunakan *makeup*. Dengan menggunakan teori *Public Relations*, Iklan Korporat sebagai alat *Public Relations*, juga teori akan kecantikan.

Pendekatan yang digunakan yaitu kualitatif, dengan metode *reception analysis*. Hasil penelitian yang muncul lewat empat sub bab yang ada yaitu yang pertama terkait keinginan untuk cantik alami, yang kedua yakni bangga dengan kulit wajah alami tanpa *makeup*, ketiga yaitu penggunaan *skincare* pada kecantikan perempuan serta yang keempat yakni ideal cantik pada iklan. Dengan hasil, keempat informan berada pada posisi *oppositional* yang berarti menolak pesan dan makna yang diberikan oleh SK II serta satu informan yang berada pada posisi *negotiated* yang berarti menerima namun dengan kondisi tertentu.

Kata kunci : Penerimaan. *Corporate Advertising*, *Reception Analysis*.

ABSTRACT

This thesis title is The Acceptance of womans viewers on how beauty is seen from corporate advertising by SK II “Bare Skin Project”. Describe about how womans accept the message of corporate advertising SK II “Bare Skin Project” that are said how womans now had equals chances on being beautiful, which is without makeup. Using the theories from Public Relations, Corporate Advertising as tools of Public Relations and beauty theories.

Approach that are use is qualitative with reception analysis as the method. The result that are comes from four sub chapter. First one is the wish to be natural beauty, second is proud with natural skin without makeup, third is the use of skincare on womans beauty, then fourth is the ideal of natural beauty from the advertisement. With the result, as four respondent are on the oppositional side which means they refused the message of SK II and one respondent is accepting the message but with a certain condition.

Keyword : Acceptance. Corporate Advertising, Reception Analysis.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis bersyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya skripsi ini. Berkat rahmat-Nya dan kasih-Nya yang telah membimbing penulis hingga bisa ke tahap ini, dan tidak lupa dengan pihak lain yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terutama untuk orang tua, pembimbing, serta rekan yang membantu penulis untuk bisa sampai pada tahap ini.

KATA PENGANTAR

Ucapan puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan kasih karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penulisan porposal skripsi ini dengan baik. Mulai dari proses pencarian data, bimbingan, hingga penyusunan proposal skripsi ini. Peneliti bersyukur dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul “Penerimaan Penonton Perempuan Mengenai Kecantikan Perempuan Melalui *Corporate Advertising* SK II *“Bare Skin Project”*”.

Proposal skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik dan lancar tanpa adanya pihak-pihak yang memberikan dukungan dan doa kepada peneliti. Oleh karena itu, ijinlah peneliti memberikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang tua peneliti, Sebastian Pusung dan Mirahayu yang selalu menjadi kekuatan utama peneliti dalam menyusun proposal skripsi serta tak henti mengingatkan untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap yang dilakukan peneliti termasuk penyusunan proposal skripsi ini. Terimakasih juga peneliti sampaikan untuk Steve selaku adik kandung yang selalu memberi dukungan dalam perjuangan ini serta keluarga besar.
2. Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku Dekan sekaligus pembimbing II peneliti yang selalu memberikan motivasi untuk lulus 3,5 tahun dengan pencapaian yang maksimal. Terimakasih atas kesabarannya dalam membimbing dan memberikan masukan bagi peneliti dalam proses penyusunan proposal skripsi.
3. Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom selaku pembimbing I yang selalu sabar dalam memberikan masukan atas penulisan

proposal skripsi ini dari awal hingga akhir. Terimakasih banyak atas waktu yang selalu diluangkan bagi peneliti, sejak awal pencarian fenomena, literatur, hingga proposal skripsi ini dapat selesai dengan baik.

4. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, atas segala bantuan dan ilmu yang telah dibagikan kepada peneliti selama menempuh perkuliahan mulai semester satu hingga enam di Fikom UKWMS.
5. Teman-teman terdekat peneliti, khususnya Birgitta Femylia, Veronica Vivin, Marisca Irene, dan Vira Aprilia atas segala bentuk motivasi, bantuan, saran, serta kritik yang telah diberikan kepada peneliti selama penyusunan proposal skripsi ini maupun selama di bangku perkuliahan.
6. Teman-teman Fikomers 2016 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu. Terimakasih karena selalu saling membantu dalam memberikan informasi dan semangat selama melewati suka duka perkuliahan di Fikom UKWMS, hingga proposal skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
7. Teman-teman di BPMU yang selalu memberi dukungan dan pengertian dikala pengerjaan proposal ini selalu terjadi ditengah pengerjaan tugas dan tanggung jawab sebagai organisator juga, terlebih saya sampaikan terimakasih kepada Hana, Yere, Relyz, Vincent dan Edwin. Terimakasih atas banyak kesabaran dan pengertiannya pada peneliti.
8. Teman-teman dari komunitas baik *cosplay* maupun *game* yang selalu memberi dukungan. Terlebih lagi Bayu karena sudah dari semester 5 dibantu dengan peminjaman bukunya, Agra dan Kevin juga terimakasih banyak untuk dukungan kalian.

9. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh peneliti dan telah membantu dan menyemangati peneliti dalam penulisan proposal skripsi ini. Kiranya Tuhan Yesus Kristus selalu memberikan berkat berlimpah pada kalian semua.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu besar harapan peneliti mendapatkan kritik dan saran atas proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Rumusan Masalah	16
I.3. Tujuan Penelitian	16
I.4. Batasan Masalah.....	16
I.5. Manfaat Penelitian	17
BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS.....	18
II.1. Tinjauan Pustaka.....	18
II.1.1. <i>Public Relations</i>	18
II.1.2. Iklan Korporat sebagai alat <i>Public Relations</i>	23
II.1.3. <i>Message</i> atau pesan sebagai unsur penting iklan	25
II.1.4. Cantik: Wajah natural sebagai gagasan	

kecantikan	26
II.1.5. Kecantikan perempuan dalam iklan.....	29
II.1.6. <i>Audience</i> aktif sebagai Subyek Penelitian	33
II.7. <i>Reception Analysis</i> sebagai Metode Penelitian	34
II.2. Nisbah Antar Konsep	39
II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	40
BAB III. METODE PENELITIAN	41
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	41
III.2. Metode Penelitian	41
III.3. Subjek Penelitian	42
III.4. Unit Analisis.....	43
III.5. Teknik Pengumpulan Data	43
III.6. Teknik Analisis Data	44
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian	49
IV.1.1. Profil Informan.....	49
IV.1.2. <i>Setting</i> Penelitian.....	55
IV.2. Hasil Temuan Data dan Pembahasan	56
IV.2.1. Keinginan untuk Cantik Alami	57
IV.2.2. Bangga Dengan Kulit Wajah Alami Tanpa <i>Makeup</i>	62
IV.2.3. Penggunaan <i>Skincare</i> Pada Kecantikan Perempuan	69
IV.2.4. Ideal Cantik Alami pada Iklan	75
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	87
V.1. Kesimpulan.....	87
V.2. Saran.....	88

V.2.1. Saran Akademis.....	88
V.2.2. Saran Praktis.....	88
LAMPIRAN	89
LAMPIRAN TRANSKRIP	100
DAFTAR PUSTAKA	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Iklan-Iklan Yang Ada Pada Salah Satu Laman Resmi Clinique.....	3
Gambar I.2. Iklan-Iklan Yang Ada Pada Salah Satu Laman Resmi Loccitane	4
Gambar I.3. Iklan-Iklan Yang Ada Pada Salah Satu Laman Resmi Kiehls	5
Gambar I.4. Produk Kecantikan Berupa <i>Makeup</i> Yang Dijual Oleh SK II.....	7
Gambar 1.5. Makna Kecantikan Dan Filosofi Oleh SK II.....	9
Gambar IV.2.1.1. Pernyataan pada Iklan SK II “ <i>Bare Skin Project</i> ” : Perempuan Kini Memiliki Kesempatan yang Sama untuk Menjadi Cantik Alami	60
Gambar IV.2.2.1. Wajah Chloe Moretz yang Tampil Bangga Dihadapan Banyak Orang Tanpa Menggunakan <i>Makeup</i>	64
Gambar IV.2.3.1. Ajakan untuk Menggunakan Skincare FTE untuk Membantu Kecantikan Kulit Wajah	68
Gambar IV.2.3.2. Ajakan untuk Menggunakan Skincare FTE untuk Membantu Kecantikan Kulit Wajah	69
Gambar IV.4.1.1. Wajah Chloe Sebelum Ia Tiba di Jepang	76

DAFTAR BAGAN

Bagan II.3. Bagan Kerangka Konseptual.....	40
Bagan III.1. Analisis data Model Interaktif Miles dan Huberman dalam Pawito.....	45