

ABSTRAK

Kehadiran pasar dan iklan yang memberikan janji-janji disertai berbagai produk kecantikan, pada akhirnya membuat perempuan menjadi tidak berdaya dan selalu ingin mengonsumsi benda atau jasa demi sebuah kecantikan. Iklan televisi Citra Handbody Lotion “Dari Citra Untuk Perempuan Indonesia” hadir untuk mengangkat cantik perempuan Indonesia serta kebudayaan Indonesia kepada dunia. Hal ini berbeda dari iklan Citra yang sebelumnya yang menjadikan perempuan sebagai komoditas. Untuk itu peneliti ingin mengetahui makna denotasi, makna konotasi serta mitos yang terkandung di dalam iklan televisi Citra Handbody Lotion “Dari Citra Untuk Perempuan Indonesia”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika dari Roland Barthes. Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pemaknaan denotatif pada iklan Citra tersebut adalah memberikan kesan yang dikemas bahwa Citra handbody lotion memiliki posisi sebagai produk handbody lotion yang menjunjung tinggi kebudayaan dan warisan budaya Indonesia terutama pada kecantikan perempuan Indonesia. Terdapat pemaknaan konotasi yaitu mengenai bangsa Indonesia yang kaya akan kebudayaan, keindahan, adat, suku yang sangat beragam dari mulai sabang sampai merauke. Sehingga dalam iklan televisi Citra ini dapat ditampilkan kecantikan perempuan Indonesia dari berbagai daerah berdasarkan kebudayaan dari masing-masing daerahnya. Untuk pemaknaan mitosnya adalah mitos kecantikan perempuan Indonesia yang dipandang dari sudut adat-istiadat dan kebudayaannya.

Kata Kunci: iklan, semiotika, Roland Barthes.