

ABSTRAK

Iklan-iklan produk kecantikan di televisi masih terlihat di industri per-televisian Indonesia saat ini. Salah satunya yang masih menggunakan media televisi yaitu Pond's White Beauty. Iklan ini telah mempengaruhi persepsi konsumen terhadap karakteristik perempuan cantik dalam iklan yang ditayangkan. Penulis ingin mengembangkan penelitian dengan perspektif baru dan berbeda dari penelitian yang telah dibuat sebelumnya. Peneliti ingin membandingkan dan mengetahui bagaimana persepsi tim kreatif dan konsumen terhadap karakteristik perempuan cantik dalam iklan televisi Pond's White Beauty.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi komparasi dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa setiap individu mempunyai persepsi yang sama dan berbeda dalam mempersepsikan karakteristik perempuan cantik, yang mana dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan setiap individu.

Kata kunci: Persepsi, Karakteristik Perempuan, TVC, Pengalaman,