

ABSTRAK

Konsep iklan kecantikan memberi makna tersendiri dari jalan cerita yang ditayangkan. Seperti halnya iklan televisi produk Citra, setiap adegan yang terdapat dalam iklan Citra Pearly White UV Essence mengandung unsur-unsur yang memiliki makna, mulai dari suara, gerakan, kata dan visual. Iklan kecantikan sering kali menampilkan perempuan dengan figur yang memiliki tubuh indah, kaki panjang, kulit putih mulus dan cantik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui simbol-simbol atau tanda-tanda dan makna cantik yang terdapat pada iklan kecantikan Produk Citra versi “*Pearly White UV Essence Cream*” di televisi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis serta data dianalisis menggunakan model semiotika Charles Sanders Peirce yang kemudian menghasilkan data yaitu kecantikan yang dimiliki oleh perempuan berkulit putih, terlihat dalam setiap tanda-tanda yang terdapat pada potongan gambar, seperti tubuh, rambut, wajah hingga atribut yang dipergunakan menggambarkan bagaimana iklan Citra menggambarkan kecantikan yang dimiliki perempuan yang berkulit putih. Makna kecantikan dalam iklan Citra versi “Pearly White UV Essence” yaitu kecantikan modern, kecantikan religius dan kecantikan sehat.

Kata Kunci: Semiotika Peirce, Makna Cantik, Iklan