

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konstruksi realitas yang dibentuk oleh media massa televisi dengan mengambil subyek penelitian pada iklan televisi produk kecantikan wardah sebagai media yang mengkonstruksi definisi perempuan muslimah ideal. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode studi wacana media massa. Teknik pengumpulan data dengan mengambil sampel video iklan wardah kemudian dianalisis dengan metode analisis semiotika Roland Barthes serta data yang bersumber dari beberapa dokumen lain (buku, jurnal, berita) yang terkait dengan subyek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan produk kecantikan wardah di media massa televisi mengandung simbol-simbol yang bertujuan untuk mengkonstruksi definisi perempuan muslimah yang ideal.

Kata kunci: konstruksi realitas, media massa, iklan televisi, perempuan muslimah, semiotika Roland Barthes

ABSTRACT

This study aims to describe reality construction formed by television mass media by obtaining research subject on television advertisement of wardah beauty product as a media which construct a definition of ideal Muslim woman. This study is a qualitative research using mass media analysis study. The data gathering technique was by obtaining wardah advertisement video sample which then analyzed using Roland Barthes semiotics analysis method and other data taken from other documents (books, journals, news) related to research subject. The result of study showed that the advertisement of wardah beauty product on television contains symbols which aim to construct the definition of an ideal Muslim women.

Keywords: reality construction, mass media, television advertisement, Muslim woman, Roland Barthes semiotics