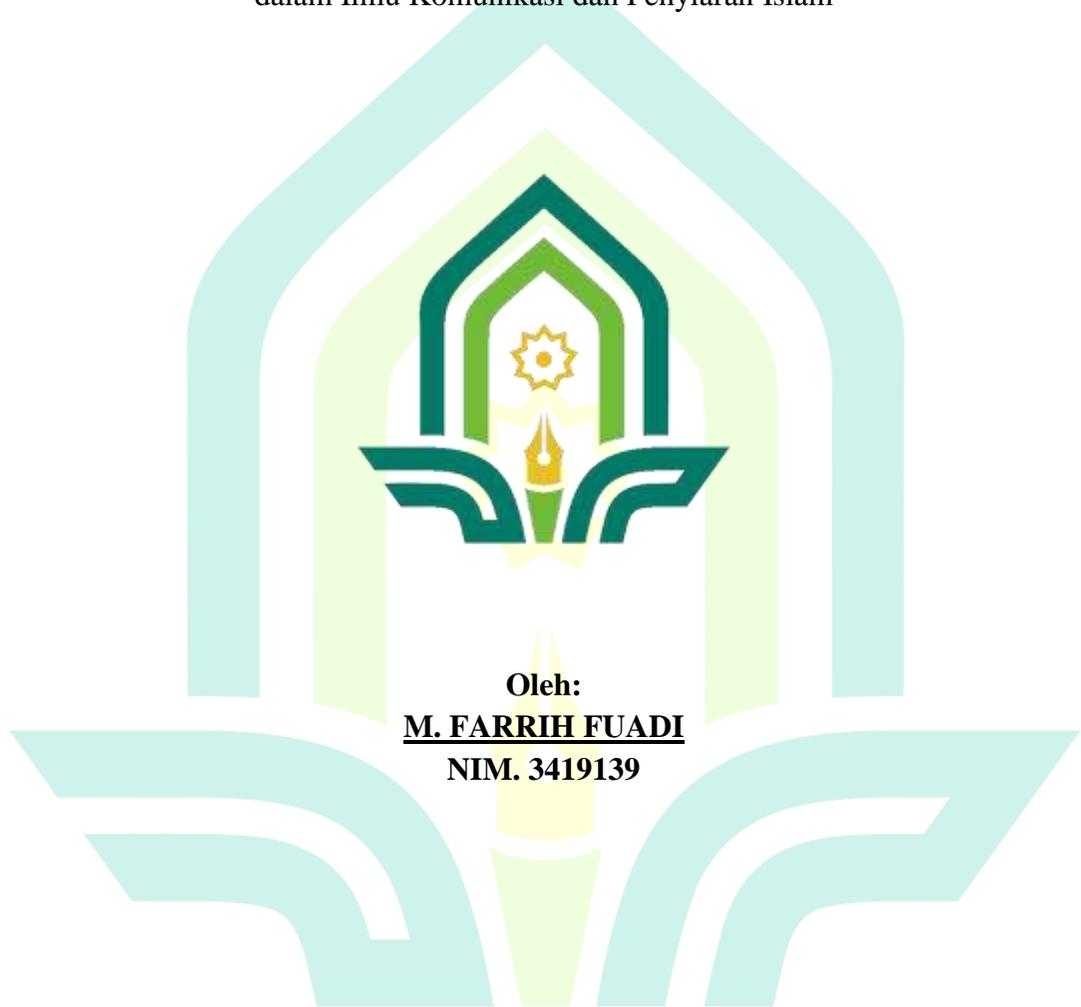


**CITRA PEREMPUAN MUSLIMAH DISABILITAS DALAM
IKLAN POND'S EDISI WAJAHMU KEKUATANMU**

SKRIPSI

Diajukan guna Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

M. FARRIH FUADI

NIM. 3419139

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

**CITRA PEREMPUAN MUSLIMAH DISABILITAS DALAM
IKLAN POND'S EDISI WAJAHMU KEKUATANMU**

SKRIPSI

Diajukan guna Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

M. FARRIH FUADI

NIM. 3419139

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : M. Farrih Fuadi

NIM : 3419139

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **"CITRA PEREMPUAN MUSLIMAH DISABILITAS DALAM IKLAN POND'S EDISI WAJAHMU, KEKUATANMU"** adalah benar hasil karya peneliti berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka peneliti bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 13 Desember 2023

Yang Menyatakan



M. Farrih Fuadi

NIM. 3419139

NOTA PEMBIMBING

M. Najmul Afad, M.A.
Jl. RF Martadinata Gang Layur No. 22 RT 04 RW 04
Kelurahan Karangasem Kec. Batang Kab. Batang

Lamp: 4 (Empat) eksemplar
Hal: Naskah Skripsi Sdr. M. Farrih Fuadi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama	M. Farrih Fuadi
NIM	3419139
Jurusan	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul	Citra Perempuan Muslimah Dalam Iklan POND'S Edisi Wajahmu, Kekuatanmu

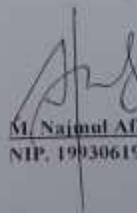
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Desember 2023

Pembimbing,


M. Najmul Afad, M.A.
NIP. 199306192019031006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM.5 Rowolaku Kajen Kabupaten Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uinqsudur.ac.id | Email : fuad@uinqsudur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **M. FARRIH FUADI**
NIM : **3419139**
Judul Skripsi : **CITRA PEREMPUAN MUSLIMAH
DISABILITAS DALAM IKLAN POND'S
EDISI WAJAHMU KEKUATANMU**

Telah diujikan pada hari Jum'at, tanggal 15 Desember 2023 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Teddy Dyatmika, M.I.Kom
NIP. 198702132019031003

Penguji II

Dimas Prasetya, M.A
NIP. 198911152020121006

Pekalongan, 18 Desember 2023

Disahkan Oleh

Dekan



Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṯ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik

			dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Rangkap Panjang
أ = a	أَيَّ ai	آ = ā
إ = i	أَوْ au	إِي = ī
أ = u		أُو = ū

3. Ta Marbutoh

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مراة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمت

ditulis

fātimah

4. Kata Sandang Artikel

kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi / l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*
الرجل ditulis *ar-rajulu*
السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkann dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*
البدیع ditulis *al-badi'*
اجلال ditulis *al-jalāl*

5. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>Syai'un</i>

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberi kekuatan, kesehatan, dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untukku dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan untuk meraih cita-cita. Dengan ini saya persembahkan skripsi ini untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah serta nikmat sehat sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Orang tua kandung saya, Bapak Hasan Edy dan Ibu Nur Adelah yang saya cintai dan sayangi dan mereka yang telah memberikan dukungan penuh baik do'a, moril, materil, motivasi, dan segala fasilitas terbaik yang mendukung pendidikan saya hingga mampu menyelesaikan jenjang perguruan tinggi.
3. Kakak saya, M. Minchatu Maulana serta adik saya, Putri Azwida Faradisa, Alina Jihan Aska dan M. Wildan Khadziq yang juga menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi saya.
4. Bapak M. Najmul Afad, M.A., selaku Dosen pembimbing skripsi saya yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, memotivasi, mengarahkan dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Makmun, M.S.I, yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan selama peneliti menempuh pendidikan sastra satu ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah serta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
7. Teman-teman KPI angkatan 2019 yang telah membantu memberikan saran dan juga masukan untuk skripsi ini.
8. Seluruh teman dan sahabat yang senantiasa membantu dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis dan senantiasa memberikan motivasi dan dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan saya sehingga bisa menyelesaikan studi dan tugas akhir ini dengan lancar.
10. Terakhir, terimakasih untuk M. Farrih Fuadi, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Yang belajar banyak hal saat mengerjakan skripsi. Belajar waktu seberharga itu, belajar situasi yang kadang tak berpihak, belajar tidak menyepelkan sesuatu, belajar disiplin akan banyak hal dan harus menyelesaikan apapun yang kita mulai. Karena

ternyata gelar sarjana bukan diraih hanya dengan kecerdasan otak semata, melainkan kecerdasan emosional yang utama.



MOTTO

“Bahwa semuanya adalah takdir terbaik dari Tuhan”



ABSTRAK

M. Farrih Fuadi. 2023. Citra Perempuan Muslimah Disabilitas Dalam Iklan Pond's Edisi Wajahmu Kekuatanmu. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushhuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing M. Najmul Afad, M.A.

Kata Kunci: Iklan, Citra Perempuan Muslimah, Disabilitas

Pond's merupakan suatu produk kecantikan berupa sabun muka, serum dan lain-lain. Beberapa kali Pond's berusaha menarik konsumen dengan tiap iklannya mempunyai tema berbeda. Termasuk edisi "wajahmu kekuatanmu" yang menarik adalah penggunaan tokoh disabilitas dalam iklannya. Pond's ingin menunjukkan bahwa kecantikan bisa saja berasal dari dalam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra perempuan muslimah disabilitas dalam iklan Pond's edisi wajahmu kekuatanmu dan bagaimana strategi penerapannya dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa citra muslimah disabilitas yang muncul dalam iklan Pond's edisi wajahmu kekuatanmu yaitu menggambarkan standar kecantikan yang baru berupa memiliki kepercayaan diri, mampu menjadi diri sendiri, punya kemampuan menguasai diri serta kecantikan dari dalam atau tindakan. Terlihat melalui tanda-tanda dan simbol-simbol yang mengandung maksud dan pemaknaannya masing-masing dalam penggambaran cerita pada iklan tersebut. tanda-tanda yang dipilih oleh pengiklan dimaksudkan untuk menyampaikan citra perempuan muslimah juga. Citra perempuan muslimah yang terlihat seperti penggunaan pakaian yang menutup aurat dan perilaku.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh,

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Citra Perempuan Muslimah Disabilitas Dalam Iklan Pond’s Edisi Wajahmu, Kekuatanmu”. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD), Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra perempuan muslimah disabilitas dalam iklan ponds edisi wajahmu kekuatanmu dan bagaimana strategi penerapannya dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kecantikan perempuan tidak hanya dari luar secara fisik saja melainkan kecantikan dari dalam atau perilaku dan akhlakunya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari tanpa adanya do’a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sam’ani, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I, selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Teddy Dyatmika, M.I.Kom, selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak M. Najmul Afad, M.A. selaku Dosen pembimbing skripsi. Yang dengan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan dan meluangkan waktunya selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Makmun, M.S.I. selaku Wali Dosen penulis.
8. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.

9. Orangtua, keluarga dan teman-teman yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi.
10. Semua pihak yang membantu penulis dalam segala hal terutama dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa temuan pada penelitian ini yang diperoleh belum seimbang karena keterbatasan kemampuan peneliti, Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini bermanfaat, dan Allah SWT, melipatgandakan pahala bagi kita.

Akhir kata, hanya Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan do'anya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Aamiin, Allahuma Sholi'ala Sayyidina Muhammad.
Wassalamu 'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekalongan, 13 Desember 2023

Peneliti



M. Farrih Fuadi

NIM. 3419139

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
E. Tinjauan Pustaka	4
F. Kerangka Berpikir	7
G. Metodologi Penelitian	8
H. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Semiotika Roland Barthes	13
B. Citra Perempuan Muslimah	16

1. Citra Perempuan	16
2. Perempuan Muslimah	18
C. Iklan.....	21
D. Disabilitas.....	23
BAB III GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN	25
A. Profil Perusahaan.....	25
B. Iklan Pond's Edisi "Wajahmu, Kekuatanmu".....	27
C. Citra Perempuan Muslimah Disabilitas Dalam Iklan Pond's Edisi Wajahmu Kekuatanmu	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	34
A. Analisis Citra Perempuan Muslimah Disabilitas Dalam Iklan Pond's Edisi Wajahmu Kekuatanmu.....	35
B. Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Pond's Edisi: Wajahmu, Kekuatanmu	37
BAB V PENUTUP.....	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	xx
LAMPIRAN.....	xxii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xxiv

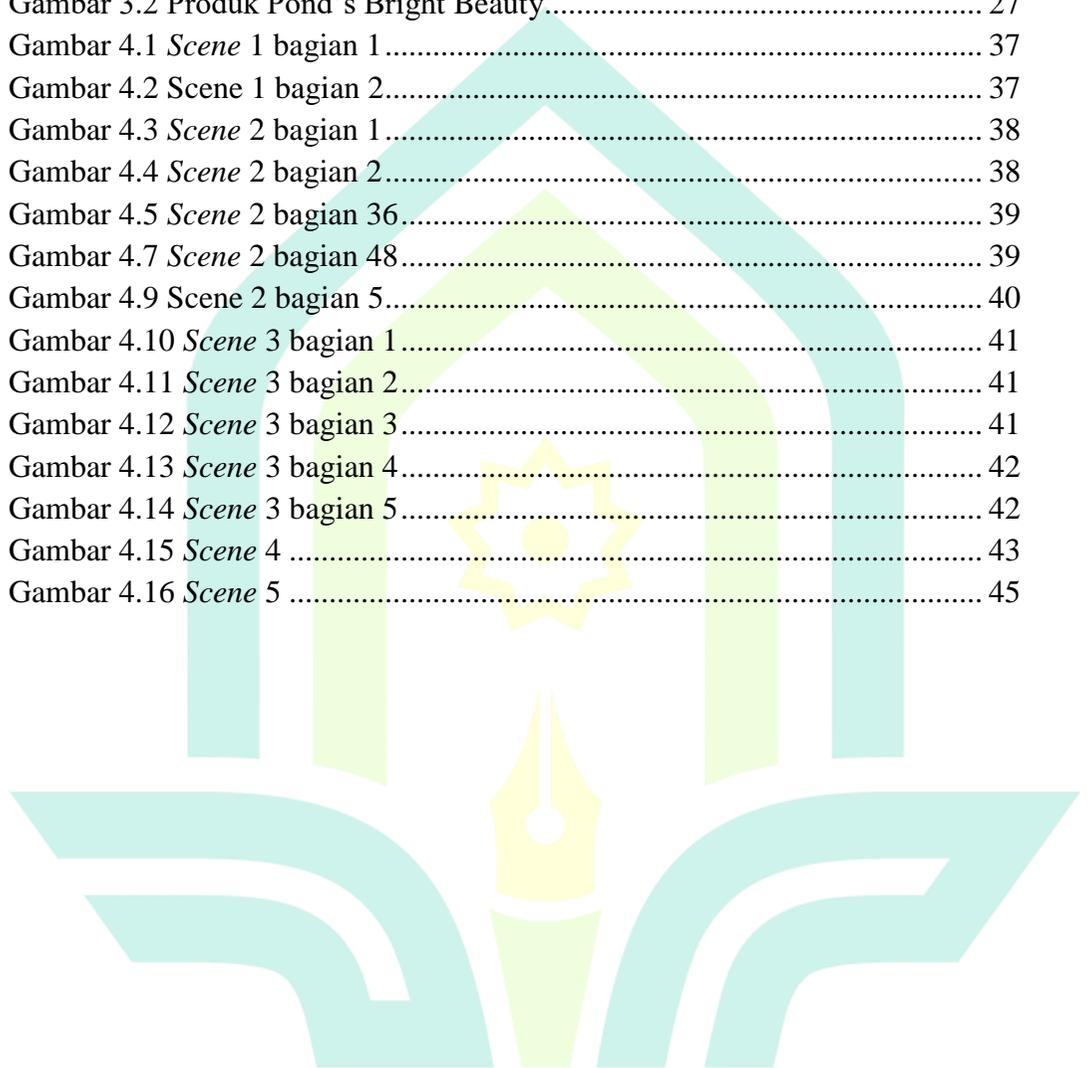
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Relevan	4
Tabel 3.2 Scene Dalam Iklan Pond's Edisi Wajahmu Kekuatanmu.....	28



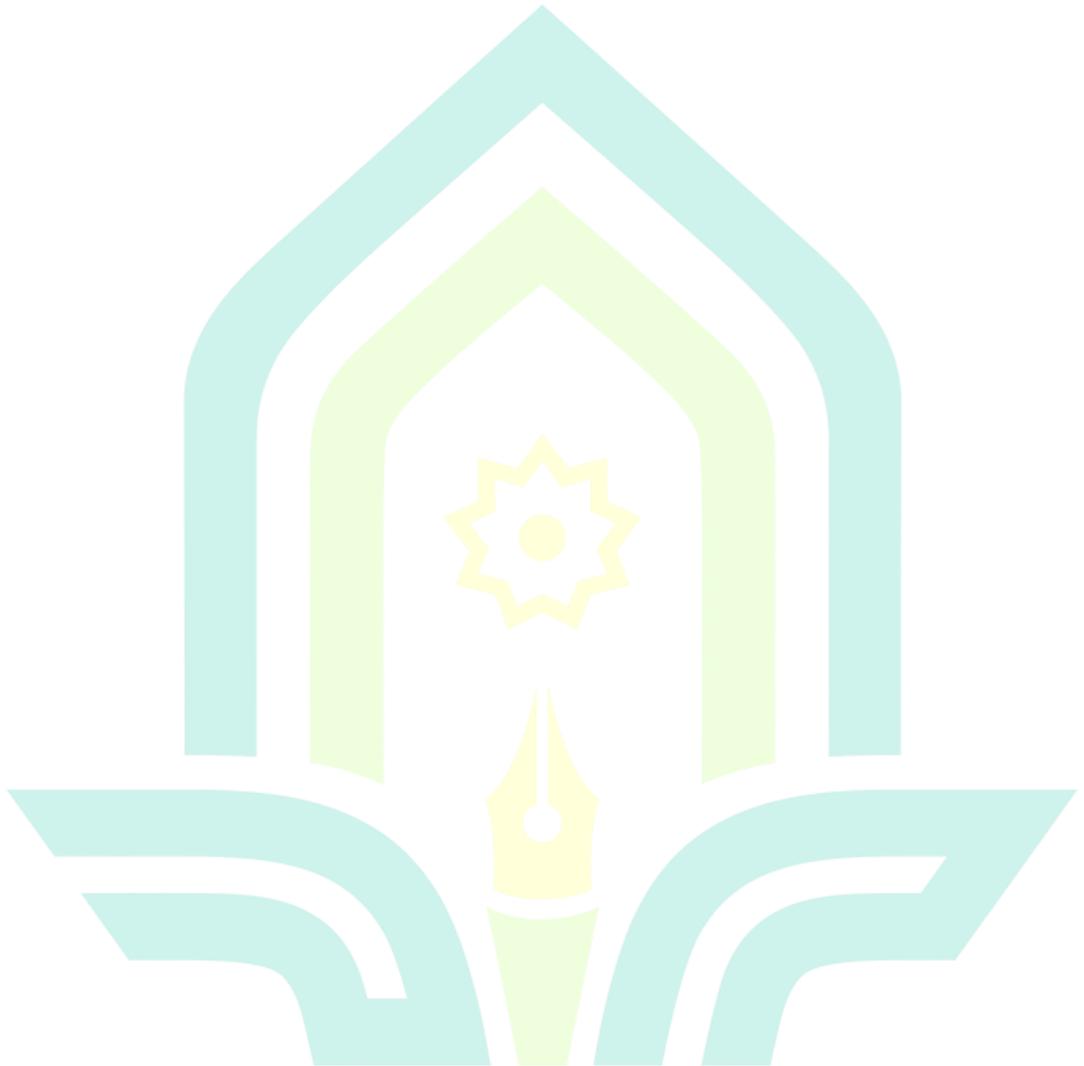
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir.....	7
Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes	14
Gambar 2.2 Signifikansi dan Mitos Roland Barthes.....	16
Gambar 3.1 Logo Perusahaan	25
Gambar 3.2 Produk Pond’s Bright Beauty.....	27
Gambar 4.1 <i>Scene</i> 1 bagian 1	37
Gambar 4.2 <i>Scene</i> 1 bagian 2.....	37
Gambar 4.3 <i>Scene</i> 2 bagian 1	38
Gambar 4.4 <i>Scene</i> 2 bagian 2.....	38
Gambar 4.5 <i>Scene</i> 2 bagian 3.....	39
Gambar 4.7 <i>Scene</i> 2 bagian 4.....	39
Gambar 4.9 <i>Scene</i> 2 bagian 5.....	40
Gambar 4.10 <i>Scene</i> 3 bagian 1	41
Gambar 4.11 <i>Scene</i> 3 bagian 2.....	41
Gambar 4.12 <i>Scene</i> 3 bagian 3.....	41
Gambar 4.13 <i>Scene</i> 3 bagian 4.....	42
Gambar 4.14 <i>Scene</i> 3 bagian 5.....	42
Gambar 4.15 <i>Scene</i> 4	43
Gambar 4.16 <i>Scene</i> 5	45



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Channel</i> Youtube Ponds Indonesia.....	xxii
Video Iklan Ponds Edisi Wajahmu Kekuatanmu.....	xxiii



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gelombang konvergensi media massa sudah berkembang sejak berabad-abad yang lalu. Dimulai dengan adanya terbitan surat kabar pertama pada abad ke-18 silam hingga ke ranah elektronik dan digital seperti televisi dan laman berita online¹. Pergeliatan televisi sendiri dimulai pada tahun 1930 oleh bangsa Eropa dan mulai dikenalkan kepada khalayak pada tahun 1939. Siaran televisi pertama yang dapat terlihat pancaran gambarnya mulai dirintis sejak tahun 1920 lalu jauh sebelum dikenalkan kepada masyarakat luas.

Televisi terus mengalami metamorfosa hingga sampai pada sekarang yang kita nikmati ini. Dunia pertelevisian di Indonesia sendiri mulai menggeliat pada tahun 1962, meskipun hanya sebatas gambar hitam putih namun siaran televisi pada saat itu menjadi bincangan hangat masyarakat. Kala itu, kemunculan stasiun televisi RCTI semakin menaikkan kepopuleran televisi². Selaku pionir serta saluran telekomunikasi yang paling banyak dipakai oleh masyarakat pada umumnya di Indonesia, membuat televisi memiliki peranan yang penting dalam penyampaian informasi.

Menurut Surbakti dalam bukunya yang berjudul “*Awas Tayangan Televisi*” ada empat macam fungsi utama yang dimiliki televisi yaitu sebagai media komunikasi, sarana pendidikan, hiburan dan informasi, hingga sarana tayangan komersial yang ditujukan untuk menghasilkan keuntungan bagi pengelolanya³. Dalam hal ini *point* terakhirlah yang paling menjadi pertimbangan dalam dunia pertelevisian. Tidak menampik bahwa sebagai seorang pebisnis tentunya mereka harus mempertimbangkan aspek keuntungan yang akan kita peroleh. Televisi banyak dimanfaatkan untuk menghasilkan pundi-pundi uang bagi pemangkunya. Salah satu caranya yaitu dengan penayangan iklan produk atau jasa, mereka memanfaatkan televisi sebagai ajang promosi untuk memperkenalkan sekaligus menarik minat konsumen terhadap barang yang mereka tawarkan. Konten kreator iklan berlomba-lomba unjuk kebolehan menyusun konsep promosi yang unik agar dilirik oleh penonton. Bukan hal yang mudah memang, mereka

¹ Frial Ramadhan Supratman, *Koleksi Surat Kabar Langka Perpustakaan Nasional Republik Indonesia Sebagai Sumber Penelitian Sejarah Global*, Vol. 8, No. 1, Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan, 2020, hlm. 87.

² Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2016), hlm.15.

³ Surbakti. *Awas Tayangan Telvisi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2018), hlm. 77.

dituntut untuk menyampaikan pesan dengan cepat karena durasi waktu yang sedikit.

Iklan muncul pertama kali pada tahun 1951 oleh salah satu tokoh pers di Indonesia. Pada kamus besar bahasa Indonesia iklan dimaknai seperti pesan yang ditargetkan untuk mempengaruhi penonton tentang barang atau jasa yang mereka tawarkan melalui media massa⁴. Salah satu konsep iklan yang menarik perhatian yaitu iklan produk kecantikan Ponds, yang membuat iklan ini menarik yaitu model pengemasan promosinya yang melibatkan muslimah penyandang disabilitas dalam tampilan iklan produk tersebut.

Pada iklan Ponds menceritakan tentang seorang komika perempuan yang mendapatkan *support* oleh rekannya (muslimah penyandang disabilitas) ketika hendak mengikuti acara *stand up comedy*. Pada adegan tersebut penyandang disabilitas memberikan dorongan dan semangat kepada temannya agar tampil percaya diri di hadapan penonton dengan menggunakan bahasa isyarat. Dari hal tersebut maka dapat kita tangkap bahwa adanya kemajuan pertelevisian Indonesia juga berdampak positif terhadap pemberdayaan kaum berkebutuhan khusus tidak hanya kepada mereka yang dianugerahi fisik yang sempurna. Bahkan yang lebih menariknya lagi figur muslimah hadir disitu tentu dengan berusaha menampilkan atau mencitrakan bagaimana seorang muslimah dalam berbusana dan berperilaku di media massa. Mengenakan pakaian muslimah mencerminkan karakter dan moralitas seorang muslimah sesungguhnya⁵.

Penelitian tentang citra perempuan muslimah disabilitas dalam iklan Pond's memiliki urgensi bahwa penting untuk meningkatkan representasi dan inklusi. Ini dapat membantu memahami bagaimana media mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kelompok ini. Serta mendorong pengiklan untuk menciptakan kampanye yang lebih inklusif dan mendukung diversitas. Mengandung maksud semua kalangan berhak ikut andil dalam bermasyarakat dan berkarya. Tidak menutup bahwa seorang muslimah tetap bisa tampil cantik demikian para penyandang disabilitas tetap bisa ikut berkarya.

Seringkali standar kecantikan wanita adalah mereka-mereka yang memakai pakaian yang terbuka. Munculnya iklan Pond's yang mengusung

⁴ Rusman Latief dan Yusiatie Utud, *Siaran Televisi Nondrama Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hlm. 215.

⁵ Suna dkk, *Etika Berbusana Muslimah Dalam Perspektif Agama Islam dan Budaya*, Vol.4, No.1, Jurnal Pendidikan dan Konseling, 2022, hlm. 245.

pemeran muslimah ini menghadirkan kesan bahwa para muslimah bisa tetap tampil cantik dengan menutup aurat. Apalagi tersampaikan dengan banyak tindakan-tindakan yang menunjukkan perilaku baik seorang muslimah kepada temannya. Sosok kuat hadir dari pemeran muslimah tersebut, kendati secara fakta lapangan bahwa sosok pemeran tersebut memang seorang penyandang disabilitas.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas maka sangat menarik apabila topik tersebut dijadikan sebuah kajian yang lebih mendalam dan mendetail sesuai dengan pedoman yang telah ada. Bagaimanakah citra perempuan muslimah disabilitas dalam iklan di media massa dengan mengusung judul penelitiannya yaitu Citra Perempuan Muslimah Disabilitas Dalam Iklan Pond's Edisi Wajahmu Kekuatanmu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana citra perempuan muslimah disabilitas dalam iklan Pond's edisi wajahmu kekuatanmu?
2. Bagaimana analisis semiotika Roland Barthes dalam iklan Pond's edisi wajahmu kekuatanmu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

3. Untuk mengetahui citra perempuan muslimah disabilitas dalam iklan Pond's edisi wajahmu kekuatanmu.
4. Untuk mengetahui analisis semiotika Roland Barthes dalam iklan Pond's edisi wajahmu kekuatanmu.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Kegunaan secara teoritis dari penelitian yang akan dilakukan yaitu terdedikasikan untuk perkembangan keilmuan komunikasi terkhusus dibidang semiotika dan iklan.

2. Manfaat praktis

Kegunaan secara praktis dari adanya penelitian ini yaitu untuk memperluas pemahaman tentang iklan televisi, khususnya mengenai representasi perempuan muslim di dalamnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi berguna bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang tertarik menjalankan studi terkait dengan isu serupa.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berisi tentang penelitian terdahulu yang terkait dengan inti masalah dalam penelitian ini yang mana membahas mengenai “Citra Perempuan Muslimah Dalam Iklan Pond’s Edisi Wajahmu Kekuatanmu”. Penelitian terdahulu yang relevan antara lain:

Tabel 1.1 Penelitian Relevan

No.	Nama & Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori & Metodologi Penelitian	Temuan
1.	Yani Oktaviani, 2018 “Citra Perempuan Dalam Iklan Televisi Wardah Versi’20 Tahun Wardah” Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.	Bertujuan mengetahui bagaimana representasi perempuan dalam iklan televisi Wardah versi 20 tahun wardah melalui aspek visual dan lirik lagu.	Teori analisis semiotika Charles sander peirce. Metode penelitian kualitatif.	1. Dari penelitian yang telah dilakukan membuahkan hasil berupa perempuan digambarkan sebagai individu yang siap menghadapi tantangan, mandiri, ramah serta selain bisa melakukan tugas wanita pada umumnya juga bisa melakukan tugas pria. ⁶
2.	Neila Shofiatul Afidah, 2021 “Citra Perempuan Muslimah Dalam Iklan Shampo Sunsilk Hijab	Bertujuan untuk mengetahui tanda ikon indeks dan simbol pada iklan dan mengetahui citra muslimah	Teori analisis semiotika Charles sander peirce. Metode penelitian deskriptif	1. Temuan dalam penelitian terdahulu yaitu pada iklan tersebut mencitrakan seorang muslimah yang mengenakan hijab sebagai tanda ketaatan

⁶ Yani Oktaviani, Skripsi: *Citra Perempuan Dalam Iklan Televisi Wardah Versi’20 Tahun Wardah* Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (2018).

	Perfume Selection” IAIN Ponorogo.	yang ditampilkan dalam iklan Shampo Sunsilk Hijab Perfume.	kualitatif.	kepada Allah SWT. Citra perempuan muslimah dalam iklan tersebut di presentasikan sebagai gambaran yang mencakup aspek biologis dan budaya. ⁷
3.	Ratih Damayanti, 2020 “Representasi Citra Muslimah Dalam Iklan Wardah Perfect Bright Tone Up Cream Versi Ayaa Jihye Moon” UIN Sultan Syarif Kasim.	Bertujuan untuk mengetahui citra muslimah yang direpresentasikan dalam Iklan Wardah Perfect Bright Tone Up Cream Versi Ayaa Jihye Moon menurut semiotika Charles sander peirce.	Teori analisis semiotika Charles sander peirce. Metode penelitian kualitatif.	1. Dari penelitian terdahulu ditemukan hasil kajian berupa citra seorang wanita muslim dalam iklan tersebut digambarkan sebagai kombinasi penampilan fisik dan kecantikan kulit, yang dipertegas dengan kepribadian yang baik serta makna citra muslimah melalui penggunaan busana dan riasan wajah yang sederhana. ⁸
4.	Evita Nanda Karunia,	Bertujuan untuk	Teori analisis	1. Temuan dari penelitian

⁷ Neila Shofiatul Afidah, Skripsi: *Citra Perempuan Muslimah Dalam Iklan Shampo Sunsilk Hijab Perfume Selection*, IAIN Ponorogo (2021).

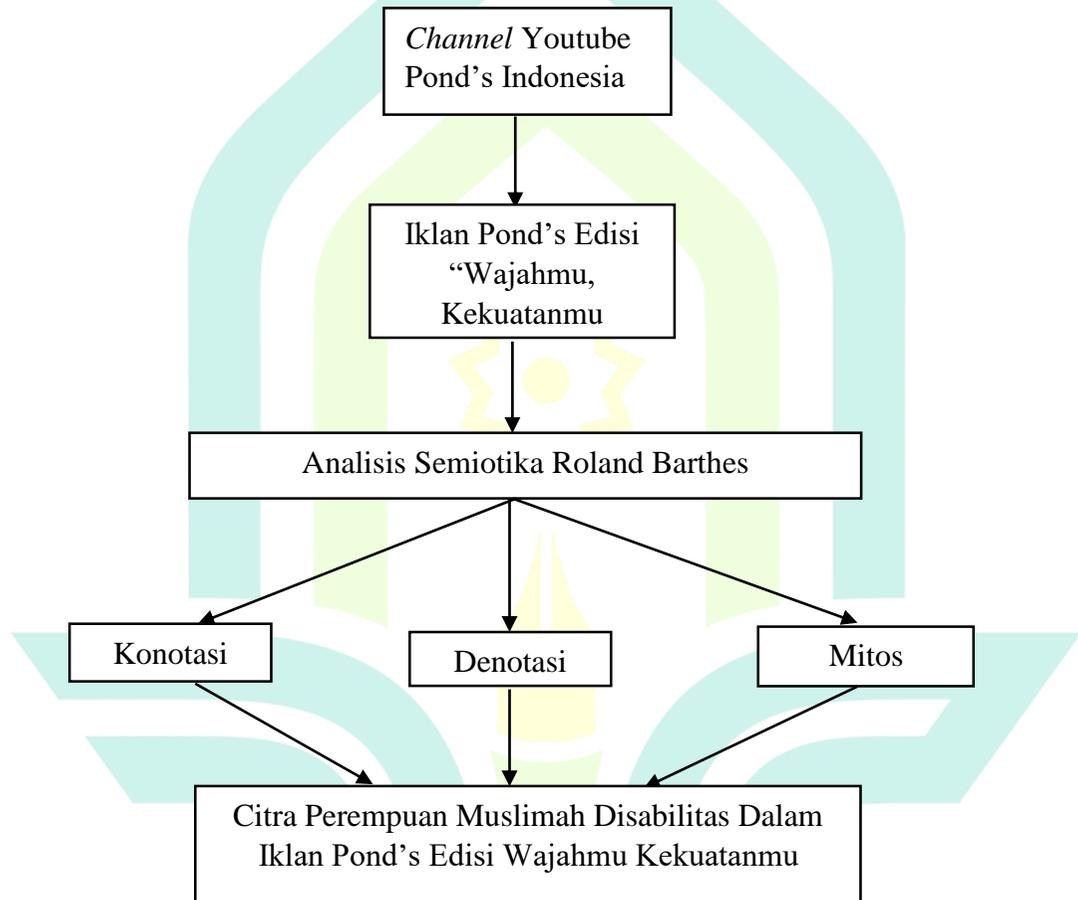
⁸ Ratih Damayanti, Skripsi: *Representasi Citra Muslimah Dalam Iklan Wardah Perfect Bright Tone Up Cream Versi Ayaa Jihye Moon*, UIN Sultan Syarif Kasim (2020).

	2018 “Representasi Kesabaran Muslimah Dalam Iklan Sunsilk Clean And Fresh Versi Risty Tagor” UIN Sunan Ampel Surabaya.	mengetahui bagaimana Kesabaran Muslimah Dalam Iklan Sunsilk Clean And Fresh Versi Risty Tagor	semiotika Charles sander peirce. Metode penelitian analisis teks media dengan pendekatan kritis.	terdahulu berhasil bahwa ketabahan wanita muslim dalam iklan tersebut sebagai dedikasi seorang muslimah dalam menjalani proses keramas dengan shampoo tersebut. Pengiklan kemudian memasukkan elemen simbol agama dengan memanfaatkan gambar seorang wanita muslim berhijab. ⁹
5.	Iladiena Zulfa, 2018 “Representasi Citra Muslimah dalam Iklan Wardah <i>Exclusive Series</i> Versi Dewi Sandra <i>In Paris</i> ” UIN Syarif Hidayatullah.	Bertujuan untuk mengetahui bagaimana Representasi Citra Muslimah dalam Iklan Wardah <i>Exclusive Series</i> Versi Dewi Sandra <i>In Paris</i> yang dijelaskan menggunakan	Teori analisis semiotika Charles sander peirce. Metode penelitian deskriptif kualitatif.	1. Temuan dari hasil penelitian terdahulu berupa gambaran seorang muslimah dalam iklan tersebut memvisualisasikan gaya hidup modern dengan kelas sosial yang tinggi. Dengan menampilkan wanita berhijab menggunakan produk kosmetik

⁹ Evita Nanda Karunia, Skripsi: *Representasi Kesabaran Muslimah Dalam Iklan Sunsilk Clean And Fresh Versi Risty Tagor*, UIN Sunan Ampel Surabaya (2018).

		teori semiotika Charles sander peirce.	wardah, iklan ini bertujuan membujuk penonton untuk menganggap gaya hidup muslimah modern yang patut diikuti. ¹⁰
--	--	--	---

F. Kerangka Berpikir



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

¹⁰ Iladiena Zulfa, Skripsi: *Representasi Citra Muslimah dalam Iklan Wardah Exclusive Series Versi Dewi Sandra In Paris*, UIN Syarif Hidayatullah (2018).

Berdasarkan kerangka berpikir di atas Alur penelitian ini dimulai dari adanya *brand* kecantikan dengan nama Pond's yang memiliki strategi *marketing* berkolaborasi dengan *platform* media digital. *Platform* tersebut berupa konten iklan yang di publikasi pada akun *channel* Youtube Pond's Indonesia dengan *subscriber* sebanyak 91,4 ribu. Iklan-iklan yang di konsep sesuai dengan target pemasaran berhasil menjadi daya tarik dan perhatian untuk masyarakat terutama pada Iklan Pond's edisi "Wajahmu, Kekuatanmu" yang tembus 7,2 juta *Viewers* per tanggal 13 Desember 2023. Dalam iklan edisi tersebut *talent* yang bermain adalah seorang muslimah tuna rungu wicara yang mampu menunjukkan kecantikan tidak hanya melalui visual namun juga hati dan perilaku. Video dengan durasi 30 detik tersebut mampu mengkomunikasikan visual dari iklan kepada masyarakat Indonesia bahwa penyandang disabilitas berhak untuk memiliki daya tarik yang sama dengan manusia lainnya dan juga muslimah juga bisa tampil cantik serta berakhlak. Untuk itu adanya objek kajian dalam penelitian ini, besar keinginan peneliti untuk menggali representasi citra muslimah disabilitas dari adanya iklan Pond's Edisi Wajahmu, Kekuatanmu. Penelitian tersebut nantinya akan didukung dengan metode kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika milik Roland Barthes yang mengkaji perihal makna-makna yang disampaikan dalam iklan tersebut.

G. Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini mengadopsi paradigma konstruktivisme, suatu paradigma yang menganggap bahwa kebenaran suatu realitas sosial dapat dilihat sebagai hasil konstruksi sosial, dan kebenaran suatu realitas sosial itu bersifat relatif. Paradigma Konstruktivisme ini berada dalam dalam perspektif interpretivisme (penafsiran) yang terbagi dalam tiga jenis, yaitu interaksi simbolik, fenomenologis dan hermeneutik

2. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian kualitatif dipakai oleh peneliti pada penelitian kali ini. Pendekatan ini merupakan prosedur penelitian yang nantinya menciptakan suatu data yang bersifat deskriptif, baik itu berupa kata-kata yang tertulis ataupun dalam bentuk lisan dari orang-orang serta perilaku yang sedang atau akan diteliti.¹¹ Penulis lainnya mengatakan bahwa penelitian kualitatif yaitu sebuah metode penelitian

¹¹ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), hlm 4.

yang memakai jenis pendekatan naturalistik guna menemukan dan mencari pemahaman maupun pengertian terhadap fenomena yang terdapat di dalam sebuah latar yang mempunyai konteks khusus. Hal ini menjabarkan jika penelitian yang memakai pendekatan kualitatif tidak menyajikan data dalam bentuk angka-angka, melainkan data yang berupa, abjad, pernyataan-pernyataan, dan tulisan. Sedangkan pendekatan yang peneliti pakai dalam penelitian kali ini yakni pendekatan kualitatif dengan memakai metode analisis semiotika milik Roland Barthes. Data yang ditemukan dengan pendekatan kualitatif ditemukan dari suatu pengamatan yang sifatnya alamiah. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengkaji dan menjabarkan secara lebih mendalam mengenai citra perempuan muslimah yang terdapat di dalam iklan Pond's (wajahmu, kekuatanmu).

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah iklan Pond's edisi "Wajahmu, Kekuatanmu" di youtube. Sedangkan objek penelitian ini berupa citra perempuan muslimah disabilitas dalam iklan Pond's edisi "Wajahmu, Kekuatanmu".

4. Sumber Data

Ada dua sumber data dalam penelitian ini, yaitu:

a) Data Primer

Peneliti memperoleh data primer dari video iklan Pond's (wajahmu, kekuatanmu) yang peneliti dapatkan dari *platform* Youtube dengan nama *channel* "Pond's Indonesia" yang merupakan *channel* youtube resmi dari produk perawatan kecantikan dan kesehatan. Berikut peneliti sertakan link dari video youtube dari iklan tersebut

https://youtu.be/YuDBqAkIh54?si=uVQuE1rugk4h_Hul

b) Data Sekunder

Peneliti memperoleh data sekunder yang didapatkan dari berbagai media sosial seperti YouTube, maupun media massa seperti halnya televisi, serta berbagai buku yang memiliki kesinambungan ataupun berkaitan dengan topik pembahasan yang dikaji.

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan dokumentasi.

1) Observasi,

Observasi yang dimaksud adalah sebuah teknik pengumpulan serta penghimpunan data dimana peneliti mendapatkan Data dengan melakukan observasi dan penelitian secara langsung pada objek penelitian. Hal semacam ini dilakukan melihat dan menganalisis lebih dekat terhadap objek yang sedang diteliti.¹² Dalam hal ini, observasi dilakukan oleh peneliti terhadap iklan Pond's (wajahmu, kekuatanmu) guna melihat setiap adegan yang terdapat dalam iklan tersebut. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat mengidentifikasi citra muslimah yang terdapat di setiap bagian dalam *scene* yang ada di dalam iklan serta dapat menguraikan data-data secara rinci.

2) Dokumentasi,

Dokumentasi merupakan usaha memperoleh informasi dengan mencatat ataupun merekam objek dan peristiwa maupun kegiatan pelayanan atau pemberian sebuah jasa yang dianggap penting dan juga berharga. Disamping itu, dokumentasi pun merupakan himpunan data *verbal* yang berbentuk foto, tulisan dan lain-lain. Dokumentasi juga bisa dimaknai sebagai sebuah catatan dari beberapa peristiwa lampau maupun peristiwa yang sudah berlalu. Hal semacam ini bisa dalam wujud tulisan, gambar, maupun berbagai karya monumetal dari seseorang¹³. Teknik ini digunakan oleh peneliti guna mendapatkan data mengenai iklan Pond's (wajahmu, kekuatanmu) yang terdapat di *platform* Youtube. Peneliti melakukan observasi penelitian pada video iklan Pond's edisi wajahmu kekuatanmu sebanyak 60 kali.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif melibatkan usaha untuk mengolah dan menampilkan data yang telah dikumpulkan, seperti data observasi dan dokumentasi. Selanjutnya, data penting dalam penelitian tersebut dikelompokkan untuk memudahkan pemahaman dan penarikan kesimpulan oleh peneliti dan pembaca.¹⁴

Penelitian ini mengadopsi teori Roland Barthes yang terkait dengan citra dalam konteks iklan. Dalam model semiotika Barthes,

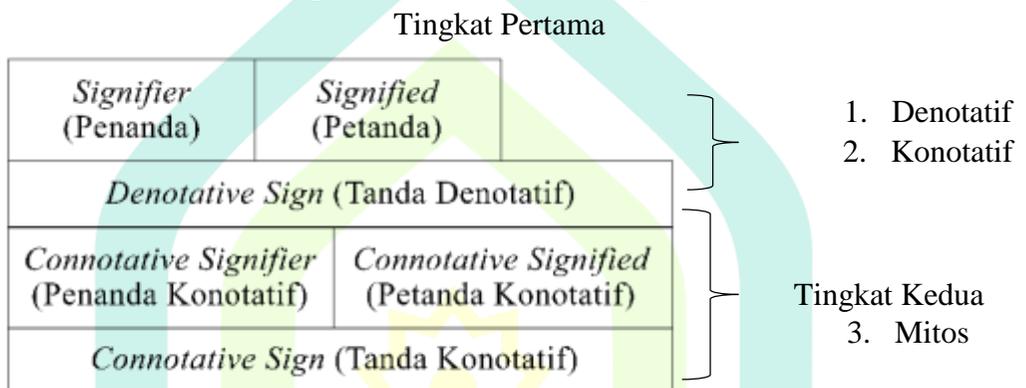
¹² Riduan, *Metode Riset* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 104.

¹³ Riduan, *Metode Riset* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 207.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014). hlm. 246.

penelitian membahas interpretasi tanda dengan mengikuti dua tahap signifikasi, yaitu mencari makna denotatif (tahap pertama) dan konotatif (tahap kedua) yang melibatkan makna literal dan makna kiasan. Keterkaitan antara petanda dan penanda denotatif disusun dengan mitos dan pandangan yang tersebar dalam masyarakat, menghasilkan makna konotatif yang baru.¹⁵ Integrasi makna dari kedua tahap ini membantu peneliti menggambarkan citra muslimah secara lebih holistik.

Berikut langkah untuk menganalisis tanda dalam penelitian ini adalah berdasarkan peta Roland Barthes sebagai berikut:



Dalam pendekatan ini, peneliti menyelidiki dan mengidentifikasi gambar serta teks di iklan Pond's edisi "Wajahmu, Kekuatanmu", untuk memperoleh data yang sesuai dengan tema penelitian. Fokus penelitian adalah tanda-tanda yang menunjukkan keberadaan citra muslimah dalam iklan tersebut. Setelah itu, tanda-tanda tersebut dianalisis menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Dengan demikian, peneliti dapat mengambil kesimpulan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap arti dan makna dari tanda-tanda yang ada.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan dan pembahasan skripsi pada penelitian ini sama halnya dengan penyusunan skripsi lainnya, yakni :

BAB I Pendahuluan : Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian yang relevan, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

¹⁵ P Wibisono, Yunita Sari, *Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Bintang Ketjil Karya Wim Umboh dan Misbach Yusa Bira*, Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi, Vol. 1, No. 1, Universitas Prof. Dr. Moestopo Jakarta, 2021, hlm. 32.

BAB II Landasan Teori : Berisi teori kajian mulai Analisis Semiotika milik Roland Barthes, Citra Perempuan Muslimah, Disabilitas, Iklan dan Iklan Pond's edisi Wajahmu Kekuatanmu pada *channel* Youtube Pond's Indonesia.

BAB III Gambaran Umum dan Hasil Penelitian : Bab ini berisi deskripsi tentang profil Pond's Indonesia serta menjelaskan mengenai iklan Pond's edisi Wajahmu, kekuatanmu.

BAB IV Analisis Citra Perempuan Muslimah Dalam Iklan Pond's: Berisi uraian tentang hasil analisis penerapan teori Semiotika milik Roland Barthes dalam merepresentasikan citra perempuan muslimah disabilitas melalui iklan Pond's edisi Wajahmu, kekuatanmu.

BAB V Penutup : Berisi kesimpulan, kritik, dan saran mengenai penelitian yang telah dilakukan agar dapat menjadi bahan parameter untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran perempuan muslimah dalam iklan Pond's edisi "wajahmu kekuatanmu" adalah representasi citra yang terfokus pada sifat kewanitaannya dari segi biologis dan budaya (agama). Secara fisik, citra perempuan muslimah mencakup kecantikan wajah (tidak berjerawat, hidung mancung, bibir merah), kecantikan inner beauty (sopan, ramah, wajah cerah dengan senyuman), dan postur tubuh tertutup oleh pakaian sederhana. Dari perspektif agama, busana muslim berhijab dalam iklan menutupi sebagian besar tubuh, kecuali wajah dan telapak tangan, dengan jilbab yang tebal dan tidak transparan, serta pakaian yang longgar tanpa kesan ketat atau berlebihan. Citra pigura tergambarkan dalam iklan tersebut melalui kecantikan wajah yang ditampilkan. Serta citra pilar juga ditampilkan. Karena tanggung jawab seorang teman untuk mendukung temannya yang sedang membutuhkan tergambarkan di iklan tersebut. Terlebih meskipun berada pada kondisi kekurangan atau disabilitas tidak menyurutkan pemeran tersebut untuk berbuat kebaikan.
2. Analisis semiotika Roland Barthes terhadap iklan Pond's edisi wajahmu kekuatanmu yaitu menggambarkan seorang model perempuan muslimah yang dicitrakan dengan pakaian muslim berhijab yang dipakai oleh model iklan saat berkegiatan. Dalam peran sebagai model, Kirana menunjukkan keyakinan dan kenyamanannya dengan pakaian muslim berhijab, meskipun rambutnya tertutup. Dalam peran sebagai model, Kirana mempertahankan sikap dan keanggunan hijabnya dengan penuh kebahagiaan dalam konteks periklanan. Ini sesuai dengan ajaran agama Islam yang menekankan pentingnya perempuan muslimah mematuhi aturan Allah SWT untuk menjaga kehormatan.

B. Saran

Dari penelitian yang sudah dilakukan dan segala keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pembuat iklan, iklan Pond's edisi Wajahmu kekuatanmu kedepannya bisa membuat iklan-iklan semacam ini tentu dengan studi kasus lapangan yang lain serta dilebarkan untuk alurnya.

2. Praktisi iklan perlu berhati-hati dalam menciptakan iklan yang menampilkan perempuan, menghindari diskriminasi, dan tidak hanya fokus pada tujuan keuntungan semata.

DAFTAR PUSTAKA

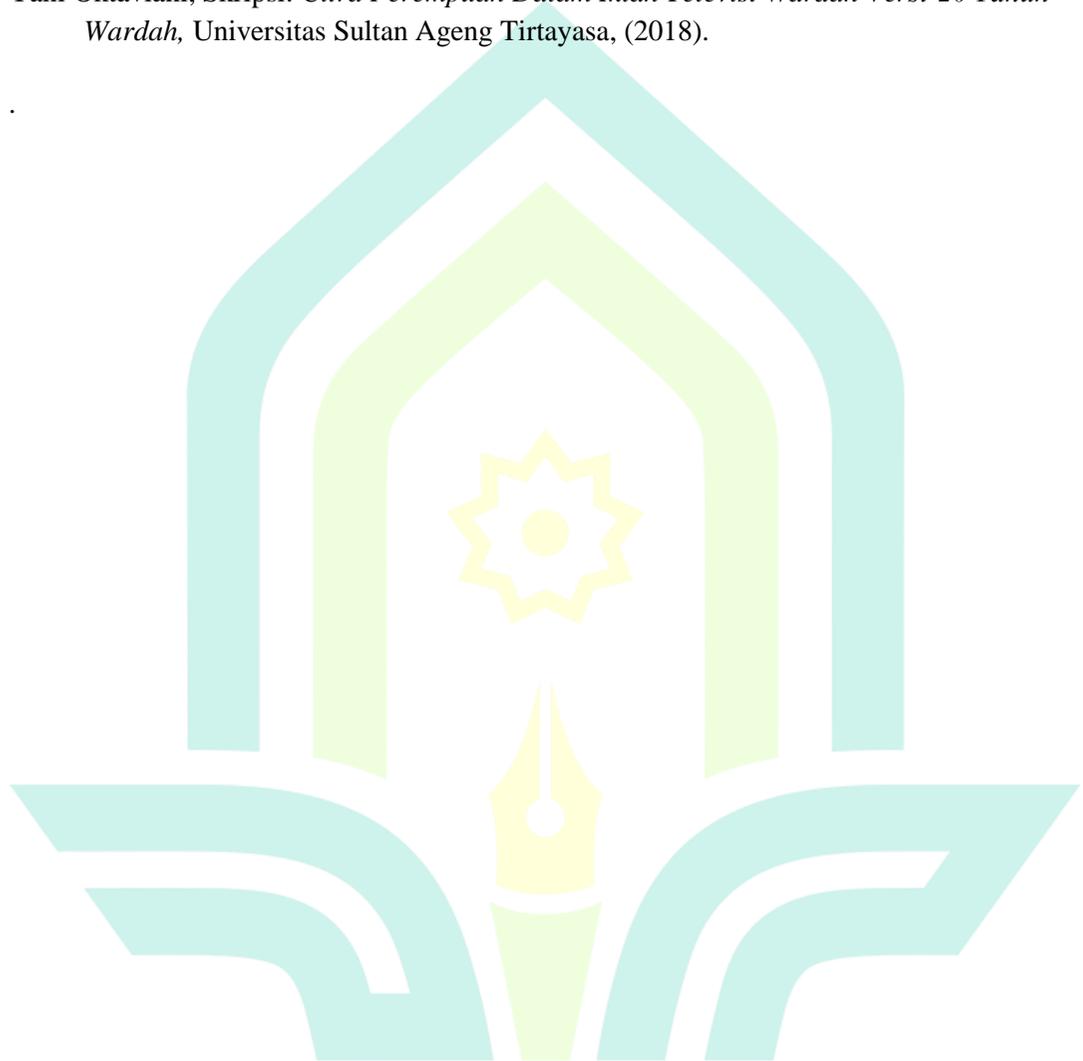
- Adhita, Pundra Rengga. (2021). *Komunikasi Visual: vol 1*. Purwokerto: Zahira Media Publisher.
- Apsari Sekar Alivia. (2023). *Pesan Akhlak Iklan Keju Spesialkan Momen Lebaran Bersama Prochiz (Segitiga Makna C.K Ogden dan L.A Richards)*, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Baksin, Askurifai. (2016). *Jurnalistik Televisi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Barthes, Roland. (1975). *Mythologies*. (Nurhadi dan shihabut Millah A, terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Ebenhaezer Alsih. (2022). *Penyandang Disabilitas di Indonesia*. Nusantara: jurnal ilmu pengetahuan sosial. Vol. 9 No.2.
- Evita Nanda Karunia, Skripsi: *Representasi Kesabaran Muslimah Dalam Iklan Sunsilk Clean And Fresh Versi Risty Tagor*, UIN Sunan Ampel Surabaya (2018).
- Haryadi Toto, dkk` (2023) *Implementasi Fotografi Smartphone dan Aplikasi Canva Dalam Desain Iklan Produk UMKM Lumintu*, Universitas Dian Nuswantoro.
- Hassan Zaeni dkk. (2020). *Dakwah Pemberdayaan Umat Perspektif Al quran*. Komunika jurnal dakwah dan komunikasi.
- Helmalia dkk.(2022) *Pekerjaan Dalam Perspektif al-Qur'an : Studi Kasus Pekerja Disabilitas Pada Konten YouTube*, IAIN Kendari.
- Iladiena Zulfa, Skripsi: *Representasi Citra Muslimah dalam Iklan Wardah Exclusive Series Versi Dewi Sandra In Paris*, UIN Syarif Hidayatullah (2018).
- Jhony Senduk, *Analisis Semiotika Film Alangkah Lucunya Negeri Ini*, Journal Acta Diorna, Vol. 4, No. 1, 2017.
- Kustiani, R. (2022). *17 Juta Difabel Usia Produktif, yang Bekerja Baru 7,6 Juta Orang.* Diakses melalui <https://difabel.tempo.co/read/1561356/17-juta-difabel-usiaproduktif-yang-bekerja-baru-76-juta-orang> , Pada 2 Oktober 2022, Pukul 10.22
- Latief, Rusman dan Yusiatie Utud. (2015). *Siaran Televisi Nondrama Kreatif, Produktif, Public Relations, dan Iklan*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nugraheni Nafisa, dkk. (2022). *Identitas Perempuan Indonesia Cantik Ala Korea Dalam Iklan Pond's Versi Wendy Red Velvet*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Riduan. (2004). *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta.

Suna dkk. *Etika Berbusana Muslimah Dalam Perspektif Agama Islam dan Budaya*, Vol.4, No.1, Jurnal Pendidikan dan Konseling, 2022.

Surbakti. (2018). *Awas Tayangan Telvisi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Ullyya Putri, dkk. (2022). *Representasi Feminisme Dan Kesamaan Hak Bagi Disabilitas (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Pada Iklan "Wardah Beauty Move You)*, Universitas Malikussaleh.

Yani Oktaviani, Skripsi: *Citra Perempuan Dalam Iklan Televisi Wardah Versi '20 Tahun Wardah*, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, (2018).



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : M. Farrih Fuadi
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 10 Januari 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Sulawesi Kergon Gg 5A No.24
Pekalongan

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Hasan Edy
Pekerjaan : Buruh
Nama Ibu : Nur Adelah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

C. Riwayat Pendidikan

1. SD Islam Kergon 01 Pekalongan
2. SMP Negeri 06 Pekalongan
3. SMK Negeri 02 Pekalongan
4. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Demikian daftar riwayat ini saya buat dengan sebenar-benarnya,
untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 13 Desember 2023

Peneliti



M. Farrih Fuadi

NIM. 3419139



SURAT KETERANGAN SIMILARITY CHECKING

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah (FUAD) UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan menerangkan bahwa skripsi atas nama mahasiswa:

Nama : M. Farid Fuadi
Nim : 3419139
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : UTARA PEREMPUAN MUSLIMAH DALAM IKLAN POND'S EDISI WAJAHMU, KEKUATANMU

telah melalui tahap *plagiarism checking* menggunakan aplikasi Turnitin, dengan keterangan:

Waktu Submit : 13 Desember 2023

Hasil (Similarity) : 15%

Oleh karenanya naskah tersebut dinyatakan **LOLOS** dari plagiarisme. Surat Keterangan ini berlaku selama 3 (satu) semester sejak diterbitkan untuk dijadikan sebagai syarat pendaftaran ujian/munaqosah skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 13 Desember 2023

a.n Dekan,
Ketua Prodi Komunikasi dan
Penyiaran Islam



Mazaya, M.S.I





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajan Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.iungudur.ac.id | email: fuad@iungudur.ac.id

LEMBAR PEMERIKSAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Drs. H. S. Kohar
NIP : 196607152003021001
Pangkat, Golongan, Ruang : Penata TK.1 (III/d)
Jabatan : JFT PTP / Sub Koordinator Akma FUAD

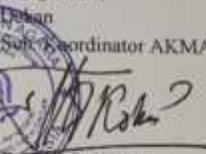
Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : M. Farrih Fuadi
NIM : 3419139
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Telah selesai melaksanakan pemeriksaan Skripsi sesuai dengan aturan yang disahkan dan diterapkan di Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Oleh karena itu, untuk selanjutnya skripsi saudara/i segera dijilid sesuai dengan warna fakultas dan kode warna yang ditetapkan oleh STATUTA UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Atas perhatian dan kerja sama saudara/i, kami ucapkan terima kasih.

Pekalongan, 21 December 2023

Mengetahui,


Sub Koordinator AKMA FUAD


Drs. H. S. Kohar
NIP. 196607152003021001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowobaku Kapan Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uinpekalongan.ac.id email: perpustakaan@uinpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA SARAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : M. Farrah Fuadi
NIM : 3419139
Jurusan/Prodi : FUAD / KPI
E-mail address : farrehaf@gmail.com
No. Hp : 085290060605

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**CITRA PEREMPUAN MUSLIMAH DISABILITAS DALAM IKLAN POND'S EDISI
WAJAHMU KEKUATANMU**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Opta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 20 Desember 2023

M. Farrah Fuadi

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD