

## ABSTRAK

Perempuan adalah makhluk yang identik dengan kecantikan. Kecantikan perempuan seringkali disalahgunakan oleh kaum kapitalis sehingga terjadi komodifikasi terhadapnya. Iklan televisi cat *Nippon Flaw-Less* menjadi salah satu bentuk komodifikasi yang terjadi di media, khususnya iklan. Penelitian yang berjudul **“KOMODIFIKASI PEREMPUAN DALAM IKLAN (Analisis Semiotika Roland Barthes pada TVC Cat *Nippon Flaw-Less*)”** ini bertujuan untuk mengetahui dan memaknai simbol yang ada dalam iklan tersebut serta memberikan kesadaran akan adanya komodifikasi tubuh perempuan dalam iklan televisi terkait. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yang digunakan untuk menafsirkan tanda maupun simbol yang direpresentasikan dalam iklan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam iklan ini terdapat bentuk komodifikasi perempuan. Komodifikasi terlihat baik dalam bentuk fisik maupun *gesture* yang mengarah pada *fetish* (obsesi seksual). Konstruksi perempuan dalam iklan ini dibuat seolah fisikal yang menjadi daya tarik utama, bukan dari sifat atau *skill* yang mereka miliki.

Kata kunci: Komodifikasi, Perempuan, Semiotika, Iklan

## **ABSTRACT**

*Woman commonly talked as the representation of beauty. Woman's beauty always treated wrongly by capitalist and sometimes there's commoditization on it. There are many commoditization happen at mass media, especially on advertising and Nippon Flaw-Less is one of many of it. This research titled **Komodifikasi Perempuan dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Televisi Cat Nippon Flaw-Less)** is aimed to discover and interpret the meaning of symbols and to give information about woman commodity on advertisement. In this research, the writer is using Roland Barthes' semiotics approach that is used to interpret both sign and symbol that are represented in the TVC. The result shows that there were woman commoditization in there, both physically and gesture that could possibly labels as fetish. At this advertisement, woman construct as only attracting by physically and not by their manners or their skill.*

*Keywords: Commoditization, Woman, Semiotics, Advertisement*