

# PERKEMBANGAN ESTETIKA FOTO DALAM IKLAN

(Studi Dokumen Foto dalam Iklan Kosmetik Revlon di Majalah Femina Tahun  
2000 - 2014)



## SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Fidelia Lucyanduri

100 90 4175 / Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

PERKEMBANGAN ESTETIKA FOTO DALAM IKLAN

(Studi Dokumen Foto dalam Iklan Kosmetik Revlon di Majalah Femina Tahun  
2000 - 2014)

SKRIPSI


Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat  
Mencapai Gelar S.I.Kom pada Program Studi Komunikasi

Disusun oleh :

Fidelia Lucyanduri

No. Mhs : 10 09 04175

Disetujui oleh :



F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PERKEMBANGAN ESTETIKA FOTO  
DALAM IKLAN (Studi Dokumen Foto dalam Iklan  
Kosmetik Revlon di Majalah Femina Tahun 2000 - 2014)

Penyusun : Fidelia Lucyanduri

NIM : 10 09 04175

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang  
diselenggarakan pada :

Hari/tanggal : Kamis, 23 April 2015

Pukul : 13:00 WIB

Tempat : Ruang Ujian 3 Lt. 1 FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

Dhyah Ayu Retno Widyastuti, S.Sos., M.Si.

Penguji Utama

F.Anita Herawati, SIP., M.Si

Penguji 1

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji 2





## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fidelia Lucyanduri

No. Mahasiswa : 10 09 04175

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PERKEMBANGAN ESTETIKA FOTO DALAM

IKLAN(Studi Dokumen Foto dalam Iklan Kosmetik

Revlon di Majalah Femina Tahun 2000 - 2014)

Menyatakan bahwa sesungguhnya tugas akhir ini adalah benar – benar hasil pekerjaan saya sendiri.

Tugas akhir ini bukan merupakan hasil plagiasi, duplikasi, hasil kerja orang lain, maupun pencurian hasil karya tulis milik orang lain, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatasan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 23 April 2015



(Fidelia Lucyanduri)

**Fidelia Lucyanduri**

**No. Mhs : 10 09 04175**

**ABSTRAK**

**PERKEMBANGAN ESTETIKA FOTO DALAM IKLAN**

(Studi Dokumen Foto dalam Iklan Kosmetik Revlon di Majalah Femina Tahun 2000 - 2014)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan estetika foto dalam iklan dimajalah Femina yang digunakan oleh Kosmetik Revlon pada tahun 2000 hingga 2014. Masalah pada penelitian ini adalah bagaimana perkembangan estetika foto dalam iklan Kosmetik Revlon pada tahun 2000 hingga 2014 dalam media cetak dimajalah Femina. Teori yang digunakan adalah *Social Judgement Theory* dan teori Estetika komponen didalamnya meliputi *The law of unity* (kesatuan), *the law of variety* (variasi), *the law of balance* (keseimbangan).

Jenis penelitian yang akan digunakan peneliti adalah kualitatif dengan metode studi dokumen. Dokumen yang dijadikan sumber data pada penelitian diambil dari dokumen berupa majalah Femina lalu dianalisis bagaimana perkembangan estetika pada iklan Revlon.

Perkembangan estetika foto menghasilkan perbedaan yang sangat signifikan. Pewarnaan, pengambilan foto, efek visual, penegasan pada *font* yang digunakan disesuaikan dengan varian produk dan konsep iklan yang ditampilkan oleh Revlon. Revlon selalu mengutamakan konsep *sexy, glamour* dan berani sesuai dengan visi yang dimiliki oleh Revlon. Pengaplikasian konsep pada setiap unsur atau komponen iklan Revlon pada majalah Femina tersusun sesuai dengan setiap pedoman estetika yang terdiri dari kesatuan, variasi dan keseimbangan. Sesuai dengan perkembangan zaman, iklan Revlon pun mengalami perubahan yang cukup signifikan. Warna yang diambil untuk iklan pun semakin menarik pembaca majalah Femina.

Untuk dapat membentuk estetika, sebuah iklan harus dapat mengaplikasikan konsep produk, periklanan dan segmentasi pasar ke dalam unsur atau komponen setiap iklan. Misalkan saja dalam iklan Revlon ini, iklan ini dapat mengaplikasikan konsep brand *sexy* dan *glamour* sesuai dengan visi yang dimiliki Revlon. Sehingga ketika iklan itu diterbitkan calon pembaca ataupun konsumen dapat menilai dan memiliki persepsi sendiri terhadap iklan Revlon entah itu menerima pesan, menolak pesan ataupun netral tidak memilih dan menolak pesan.

Kata kunci : Perkembangan Estetika, Revlon, Femina, Iklan cetak, Foto

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Education is the passport to the future, for tomorrow belong to those  
who prepare for it today*

*The best thing about the future  
Is that it come one day at a time*

*-Abraham Lincoln -*

*Karya ini saya persembahkan untuk .....*

*Tuhan Yang Maha Esa dan kedua Orang Tua saya yang  
sangat saya cintai serta seluruh Sahabat-sahabat saya  
yang sangat saya sayangi*

## KATA PENGANTAR

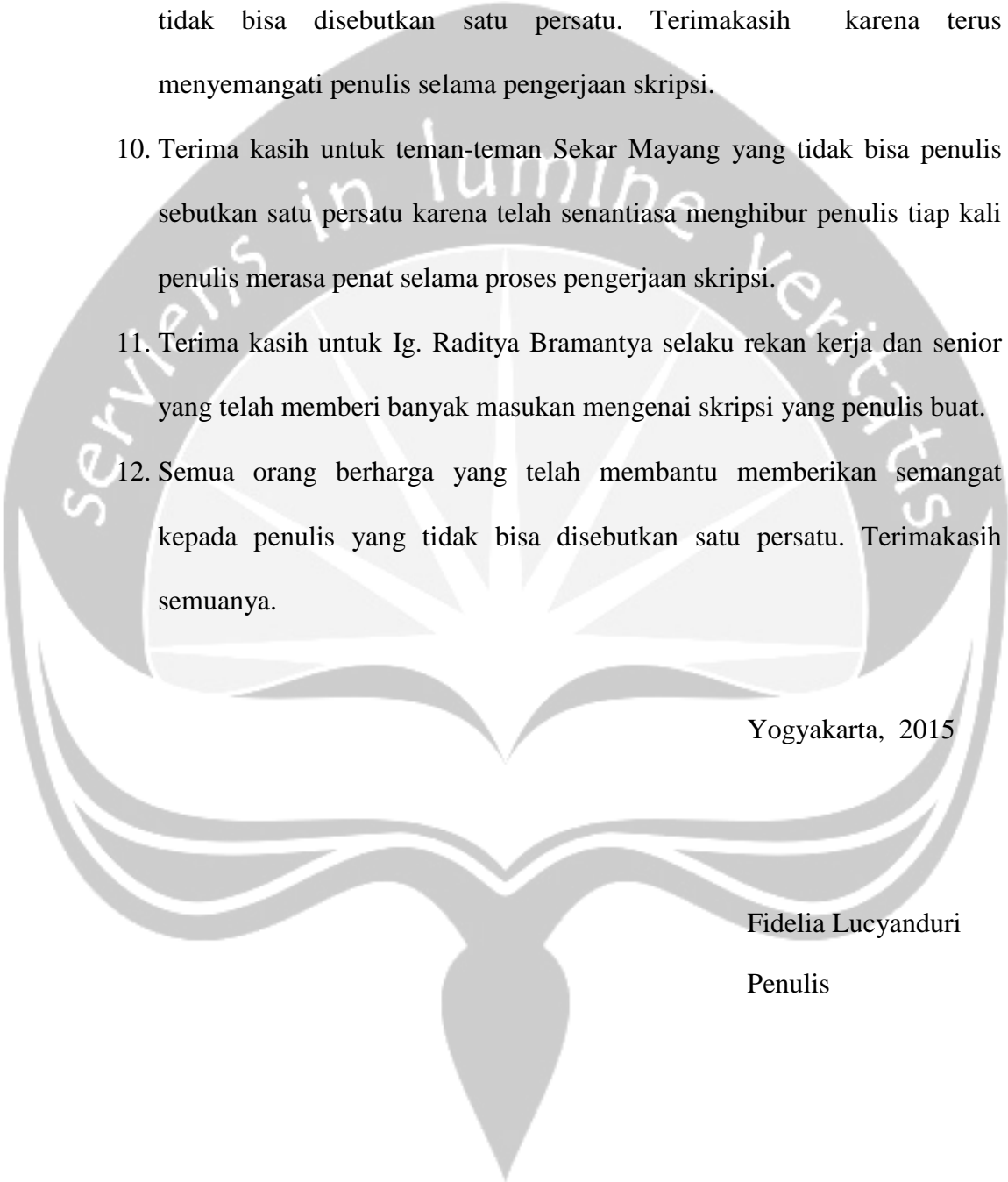
Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kasih, karunia dan kesempatan yang diberikan penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Selama proses penyelesaian skripsi, penulis mendapatkan banyak pengalaman, pengetahuan maupun berbagai kesulitan namun berkat bantuan orang – orang di sekitar penulis maka skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi mengenai **PERKEMBANGAN ESTETIKA FOTO DALAM IKLAN** (Studi Dokumen Foto dalam Iklan Kosmetik Revlon di Majalah Femina Tahun 2000 - 2014) ini diharapkan kemudian dapat menjadi bahan masukan bagi pembaca baik dari kalangan akademisi maupun praktisi.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia yang diberikan. Terimakasih pula atas segala pengetahuan yang diberikan lewat pengalaman serta pertolongan yang selalu diberikan kepada penulis selama pengerjaan skripsi.
2. Ibu F. Anita Herawati, SIP.,M.Si selaku dosen pembimbing yang bersedia menjadi pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Berbagai arahan dan masukan dari beliau sangat membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini. Permohonan maaf penulis sampaikan jika selama ini penulis lalai dalam mengumpulkan revisi serta terima kasih yang sebesar - besarnya atas waktu dan kesabaran beliau dalam mendampingi penulis.

3. Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si dan Ibu Dhyah Ayu Retno W, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberi masukan, pertanyaan dan saran atas seluruh hasil kerja penulis dalam skripsi ini.
4. Kedua orang tua penulis, bapak H. Usman dan Hj. Erawati yang selama 23 tahun selalu bersabar dengan tingkah laku peneliti serta senantiasa mendoakan, memberi semangat, motivasi dan dukungan serta cintanya yang besar kepada penulis membuat penulis selalu bersemangat dan lebih menghargai diri sendiri serta seluruh proses belajar yang penulis jalani.
5. Kepada kakak dan adik penulis, Famella Tiara Nadya dan Fahral Tama Putra atas segala dukungan yang diberikan.
6. *Special thanks to* Prasasti Anggita Restu Dajanty dan Maria Olivia Vera Vania yang telah banyak membantu dan menemani penulis selama proses pengerjaan skripsi ini. *I'll never forget you both, you guys are awesome !*
7. Terimakasih kepada Eunike Ayu Patricia dan Mario hugo Fernandes karena telah tanpa bosan mengajar penulis dari awal proses pengerjaan skripsi hingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik skripsi ini hingga akhir.
8. Terima kasih kepada sahabat-sahabat terbaik saya Miria Pradita, Anindya Satyarani, Bernadeth Edvina Kristi atas kesediaan mereka mengingatkan, membantu, menemani dan mendengar segala keluh kesah penulis selama proses pembuatan skripsi berlangsung dan atas segala dukungan serta kesediaan untuk terus menyemangati penulis agar segera menyelesaikan skripsi. *Because you are all my best friend, i'll never forget you all!! Love you, guys!*



- 
9. Seluruh teman – teman baik saya Arthadina Julianda, Ayu Tia, Thomas Krisantono Sanjoyo, Nicholaus Hanindito, Dading Frizky, Yoky BS, Yoga Hastomo, Bimo Aji P, teman-teman SSB dan teman-teman kampus yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih karena terus menyemangati penulis selama pengerjaan skripsi.
  10. Terima kasih untuk teman-teman Sekar Mayang yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu karena telah senantiasa menghibur penulis tiap kali penulis merasa penat selama proses pengerjaan skripsi.
  11. Terima kasih untuk Ig. Raditya Bramantya selaku rekan kerja dan senior yang telah memberi banyak masukan mengenai skripsi yang penulis buat.
  12. Semua orang berharga yang telah membantu memberikan semangat kepada penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih semuanya.

Yogyakarta, 2015

Fidelia Lucyanduri

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
ABSTRAK .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
i. Manfaat Akademis .....	13
ii. Manfaat Praktis .....	13
E. Kerangka Teori.....	14
F. Kerangka Konsep .....	29
G. Metode Penelitian .....	38
1. Metode Penelitian.....	38
2. Jenis Penelitian.....	39
3. Objek Penelitian .....	40
4. Tahap Penelitian Data.....	40
5. Tahap Pengumpulan Data .....	41
a. Tahap Penelitian .....	41

b. Tahap Analisis Data.....	41
c. Tahap Membuat Kesimpulan.....	41
BAB II DESKRIPTIF OBJEK PENELITIAN .....	46
A. Revlon .....	47
B. Femina.....	63
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	69
A. Hasil Penelitian .....	69
B. Pembahasan.....	131
BAB IV PENUTUP .....	138
A. Kesimpulan .....	138
B. Saran .....	139
DAFTAR PUSTAKA .....	142
LAMPIRAN .....	144

## DAFTAR TABEL

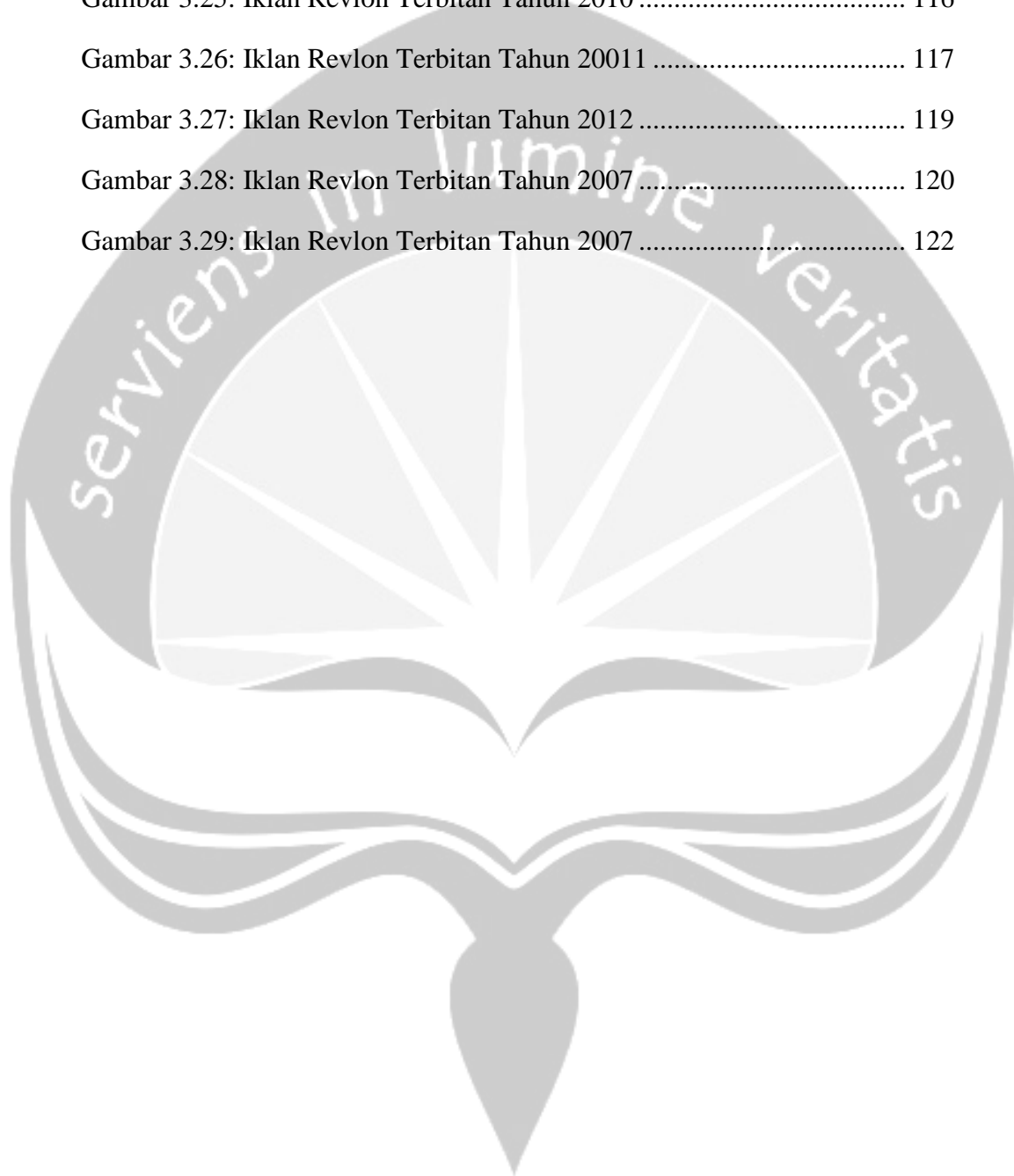
Tabel 1.1 : Top Brand Index Lipstik.....	12
Tabel 1.1 : Matrix Penelitian.....	44
Tabel 2.0 : Merk Ptoduk ysng dimiliki Revlon.....	47
Tabel 2.1 : Top Brand Index Lipstik.....	49
Tabel 2.2 : Top Brand Index Maskara .....	50
Tabel 2.3 :Top Brand Index Pensil Alis.....	51
Tabel 2.4:Top Brand Index Pensil Blush On .....	52
Tabel 2.5 :Top Brand Index Pensil Eyeliner.....	52
Tabel 3.0 : Jumlah dan jenis Iklan Revlon Revlon dimajalah Femina.....	62
Tabel 3.1 : Komponen Perkembangan Estetika Iklan.....	123

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.0 : Foto Cat Kuku Revlon.....	45
Gambar 2.1 : Logo Revlon.....	46
Gambar 3.1 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2002 .....	67
Gambar 3.2 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2013 .....	68
Gambar 3.3 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2001 .....	71
Gambar 3.4 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2002 .....	72
Gambar 3.5 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2004 .....	75
Gambar 3.6 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2005 .....	77
Gambar 3.7 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2005 .....	79
Gambar 3.8 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2005 .....	81
Gambar 3.9 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2005 .....	83
Gambar 3.10 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2006 .....	85
Gambar 3.11 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2006 .....	87
Gambar 3.12 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2006 .....	89
Gambar 3.13: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2007 .....	91
Gambar 3.14: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2007 .....	93
Gambar 3.15: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2007 .....	95
Gambar 3.16: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2008 .....	98
Gambar 3.17: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2008 .....	100
Gambar 3.18: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2008 .....	102
Gambar 3.19: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2008 .....	104
Gambar 3.20: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2008 .....	106
Gambar 3.21: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2008 .....	108



Gambar 3.22: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2009 .....	110
Gambar 3.23 : Iklan Revlon Terbitan Tahun 2009 .....	112
Gambar 3.24: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2010 .....	114
Gambar 3.25: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2010 .....	116
Gambar 3.26: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2011 .....	117
Gambar 3.27: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2012 .....	119
Gambar 3.28: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2007 .....	120
Gambar 3.29: Iklan Revlon Terbitan Tahun 2007 .....	122



## DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1 : Foto *close-up* dari seorang model, berwarna, dan terkesan lembut

Gambar 2 : Iklan Revlon pada tahun 1970 an

Gambar 3 : Iklan produk lain dari Revlon

Gambar 4 : Iklan Ultima II dari produk lain Revlon

Gambar 5 : Penambahan efek visual yang dilakukan pada Iklan Revlon

