Nomor : 596/FKIP/UNIKU/SPS/S1/PBSI/2026

PERBANDINGAN REPRESENTASI GENDER DALAM KAMPANYE IKLAN KECANTIKAN *SKINTIFIC* DAN *WARDAH* PERIODE 2021–2025: ANALISIS WACANA KRITIS PERSPEKTIF SARA MILLS

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Oleh

Syifa Nurfadilah

20220110004

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS KUNINGAN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PERBANDINGAN REPRESENTASI GENDER DALAM KAMPANYE IKLAN KECANTIKAN *SKINTIFIC* DAN *WARDAH* PERIODE 2021-2025: ANALISIS WACANA KRITIS PERSPEKTIF SARA MILLS

Oleh

SYIFA NURFADILAH

NIM 20220110004

Telah berhasil mempertahankan skripsinya tanggal 15 Juni 2026 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,	Penguji II,	Penguji III,
Dr. Arif Hidayat, M.Pd.	**Dr. Ida Hamidah, M.Pd.**	**Sun Suntini, M.Pd.**
NIK. 41038101336	NIK 41038091313	NIK. 410108830097

LEMBAR PERSETUJUAN

PERBANDINGAN REPRESENTASI GENDER DALAM KAMPANYE IKLAN KECANTIKAN *SKINTIFIC* DAN *WARDAH* PERIODE 2021-2025: ANALISIS WACANA KRITIS PERSPEKTIF SARA MILLS

Oleh

SYIFA NURFADILAH

NIM 20220110004

Setelah melalui proses bimbingan, arahan, dan koreksi, Kami berpendapat bahwa hasil penelitian yang berjudul seperti tersebut diatas sudah dapat disidangkan

Telah Disetujui Oleh Pembimbing

Kuningan, 15 Juni 2026

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Ida Hamidah, M.Pd.	**Tifani Kautsar, M.Pd**
NIK. 41038091313	NIK. 410104820239

Mengetahui,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,	Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia,
Dr. Asep Jejen Jaelani, M.Pd.	**Dr. Arip Hidayat, M.Pd.**
NIK. 41038091314	NIK. 41038101336

PERNYATAAN AUTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama	: Syifa Nurfadilah
NIM	: 20220110004
Program Studi	: Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Fakultas	: Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Perguruan Tinggi	: Universitas Kuningan

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul "Perbandingan Representasi Gender dalam Kampanye Iklan Kecantikan *Skintific* dan *Wardah* Periode 2021-2025: Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills", merupakan hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak menyantumkan isi materi yang dipublikasi atau menjiplak hasil tulisan orang lain dengan cara tidak sesuai dengan etika kepenulisan karya ilmiah. Terkecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai referensi dengan cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Atas pernyataan ini, peneliti siap menanggung risiko atau sanksi apabila ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau klaim terhadap keaslian karya penelitian ini.

Kuningan, 20 Mei 2026
Pembuat Pernyataan,



Syifa Nurfadilah
NIM 20220110004

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan dengan kesanggupannya"
(Q.S Al-Baqarah : 286)

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"
(Q.S Al-Insyirah : 5-6)

"Setetes keringat orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku untuk maju"

"Ever since I was born. My mom raised me like an angel and My Dad taught me how to fight devils"

"Long Story Short, I Survived"

PERSEMBAHAN

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kemudahan, kelancaran, dan keberkahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Dengan segenap rasa cinta dan kasih, peneliti persembahkan Skripsi ini untuk :

1. Cinta pertama saya, Ayahanda tercinta Tomi. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau bekerja keras, mendoakan, dan memberi motivasi, memberi dukungan serta mampu mendidik peneliti untuk menyelesaikan masa program studi ini sampai selesai. Terima

kasih karena tidak pernah meragukan putri tunggalnya ini, selalu mengusahakan apapun untuk saya, dan tidak pernah menganggap saya anak yang lemah.

2. Pintu surgaku, Ibunda tercinta Lili Solihah. Terima kasih sebesar-besarnya peneliti berikan kepada beliau yang sudah melahirkan, merawat, dan membesarkan peneliti dengan penuh cinta. Terima kasih doa-doa tulus yang selalu menyertai setiap pijakan langkah kaki ini, terima kasih atas segala bentuk bantuan, semangat, doa, serta nasihat yang selalu diberikan meski terkadang pikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi peneliti yang keras kepala. Ibu menjadi pengingat dan penguat paling hebat. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk pulang.
3. Untuk diri saya, Syifa Nurfadilah. Putri tunggal yang sedang melangkah menuju usia 22 tahun yang dikenal keras kepala namun kadang sifatnya seperti anak kecil pada umumnya. Terima kasih telah hadir di dunia ini, telah bertahan sejauh ini, dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Jangan pernah lelah berusaha, berbahagialah dimanapun. Rayakan apapun dalam dirimu dan jadikan dirimu bersinar dimana pun tempatmu bertumpu. Aku berdoa, agar langkah kaki kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi oleh orang-orang yang hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab.

ABSTRAK

SYIFA NURFADILAH. 20220110004. Perbandingan Representasi Gender Dalam Kampanye Iklan Kecantikan *Skintific* dan *wardah* Periode 2021-2025: Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills. Skripsi. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Kuningan. 2025.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya iklan kecantikan yang tidak hanya berfungsi sebagai media promosi produk, tetapi sebagai ruang untuk membangun identitas dan representasi gender dengan ideologi tertentu. Iklan kecantikan *Skintific* dan *Wardah* periode 2021-2025 dipilih sebagai objek penelitian karena keduanya menampilkan pendekatan naratif dan ideologis yang berbeda dalam merepresentasikan perempuan, namun belum banyak dikaji secara mendalam dengan konteks analisis wacana kritis. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan posisi subjek-objek, posisi pembaca, dan perbandingan representasi gender dalam kedua kampanye iklan kecantikan tersebut berdasarkan analisis wacana kritis perspektif Sara Mills. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data studi pustaka dan dokumentasi terhadap unsur verbal dan visual dalam delapan iklan yang menjadi objek penelitian. Hasil analisis menunjukan bahwa posisi subjek dalam keempat iklan *Skintific,* dari *Kampanye Edukasi Skin Barrier* 2022, *Skintific x Nicholas Saputra Skin Barrier 2024* Part 1 dan Part 2, dan *Skintific x Fimela International Women's Day* 2024 memposisikan perempuan sebagai subjek yang secara eksplisit menolak stereotip gender dan membuktikan diri di ruang publik. Sementara itu, posisi subjek dalam keempat iklan *Wardah,* dari *Beauty Moves You Manifesto* 2021, *Beauty Moves You Passion* 2022 Part 1 dan Part 2, dan *Wardah* Menangkan Langkah Kebaikan 2025 memposisikan perempuan sebagai subjek yang berproses secara emosional dan relasional. Posisi pembaca dalam iklan *Skintific* dibangun melalui pernyataan afirmatif yang bersifat universal, sedangkan posisi pembaca dalam iklan *Wardah* dibangun melalui situasi emosional yang dekat dengan keseharian perempuan Indonesia. Perbandingan kedua *brand* menunjukan dua model representasi gender yang berbeda, temuan ini membuktikan bahwa iklan kecantikan bukan hanya media promosi tetapi ruang reproduksi ideologi melalui visual dan verbal. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi dalam kajian analisis wacana kritis untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam mengonsumsi pesan iklan kecantikan

Kata Kunci : *analisis wacana kritis, iklan kecantikan, representasi gender, Sara Mills, Skintific, Wardah*

ABSTRACT

SYIFA NURFADILAH. 20220110004. A Comparative Study of Gender Representation in *Skintific* and *Wardah* Beauty Advertisement Campaigns for the Period 2021–2025: A Critical Discourse Analysis from Sara Mills' Perspective. Thesis. Indonesian Language and Literature Education Study Program. Faculty of Teacher Training and Education. Universitas Kuningan. 2025.

This research is motivated by the proliferation of beauty advertisements that do not merely function as product promotional media, but also as spaces for constructing identity and gender representation with particular ideological underpinnings. The beauty advertisement campaigns of *Skintific* and *Wardah* for the period 2021–2025 were selected as the research objects because both present different narrative and ideological approaches in representing women, yet have not been extensively examined within the context of critical discourse analysis. This study aims to describe the subject-object position, the reader position, and the comparison of gender representation in both beauty advertisement campaigns based on critical discourse analysis from Sara Mills' perspective. The method employed is descriptive qualitative with data collection techniques of literature study and documentation applied to the verbal and visual elements across eight advertisements as the research objects. The results show that the subject position in the four *Skintific* advertisements — comprising the *Skin Barrier* Education Campaign 2022, *Skintific x Nicholas Saputra Skin Barrier* 2024 Part 1 and Part 2, and *Skintific x Fimela International Women's Day* 2024 — positions women as subjects who explicitly reject gender stereotypes and prove themselves in the public sphere. Meanwhile, the subject position in the four *Wardah* advertisements — comprising *Beauty Moves You Manifesto* 2021, *Beauty Moves You Passion* 2022 Part 1 and Part 2, and *Wardah Menangkan Langkah Kebaikan* 2025 — positions women as subjects who undergo emotional and relational processes. The reader position in *Skintific* advertisements is constructed through universal affirmative statements, whereas the reader position in *Wardah* advertisements is constructed through emotional situations that closely reflect the everyday lives of Indonesian women. The comparison of both brands reveals two different models of gender representation, and this finding demonstrates that beauty advertisements are not merely promotional media but serve as spaces for ideological reproduction through visual and verbal elements. This research is expected to serve as a reference in critical discourse analysis studies and to enhance public awareness in consuming beauty advertisement messages.

Keywords: beauty advertisements, critical discourse analysis, gender representation, Sara Mills, *Skintific*, *Wardah*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT., atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul "Perbandingan Representasi Gender Dalam Kampanye Iklan Kecantikan *Skintific* dan *Wardah* Periode 2021-2025: Analisis Wacana Kritis Perspektif Sara Mills" ini dengan lancar sampai pada waktunya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mendeskripsikan representasi gender dalam iklan kecantikan *Skintific* dan *Wardah* Periode 2021-2025. Penulis berharap dengan penelitian ini dapat memberikan ilmu tentang representasi gender dalam iklan kecantikan kepada pembaca. Isi dari penelitian ini terbagi menjadi lima bab yaitu bab 1 pendahuluan, bab 2 landasan teori, bab 3 metode dan teknik penelitian, bab 4 data dan analisis data, serta bab 5 penutup.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dr. Ida Hamidah, M.Pd., dan Bapak Tifani Kautsar, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bimbingannya, sehingga dapat memperlancar dalam penyusunan. Harapannya, semoga penelitian ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya, dan semoga amal baik orang-orang yang telah membantu peneliti dalam penelitian ini mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT., Aamiin.

Kuningan, 20 Mei 2026

Peneliti

Syifa Nurfadilah

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, tidak terlepas dari banyaknya hambatan-hambatan yang dilalui. Tetapi dengan adanya dukungan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan rasa hormat peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT., atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi.
2. Ibu Dr. Anna Fitri Hindriana, M.Si. selaku Rektor Universitas Kuningan.
3. Bapak Asep Jejen Jaelani, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kuningan.
4. Bapak Dr. Arip Hidayat M.Pd. selaku Kepala Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kuningan.
5. Ibu Dr. Ida Hamidah M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan sabar dan penuh kebijaksanaan membimbing peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas arahan yang jernih, koreksi yang membangun, serta waktu dan perhatian yang Ibu curahkan di tengah kesibukan yang luar biasa. Semoga segala ilmu dan kebaikan yang Ibu berikan menjadi amal yang terus mengalir tanpa henti.
6. Bapak Tifani Kautsar, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dengan kesabaran, ketelitian, dan dedikasi selama proses

penyusunan skripsi ini. Semoga segala ilmu dan kebaikan yang Bapak tanamkan menjadi keberkahan yang terus mengalir tanpa henti.

7. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Kuningan.
8. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Tomi dan Ibunda Lili Solihah yang telah memberikan doa dan dukungan baik material maupun moral sehingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terima kasih atas doa-doa yang senyap namun kuat, atas pelukan yang meski tak selalu fisik. Keringat ayah dan kesabaran Ibu menyalakan semangatku ketika nyaris padam. Skripsi ini tumbuh dari cinta kalian yang sabar, dari pengorbanan yang tak pernah kalian sebut, dan dari kepercayaan yang tak pernah kalian cabut meski aku goyah. Terima kasih telah menjadi rumah yang tak pernah menolak pulang, dan langit yang tak pernah lelah menaungi langkah-langkahku.
9. Diri saya, Syifa Nurfadilah. Terima kasih karena telah memilih untuk bertahan saat menyerah terasa jauh lebih mudah. Di saat semangat nyaris padam dan lelah menjelma kabut di kepala, kamu tetap duduk di hadapan layar, menulis kata demi kata yang tak selalu mengalir. Terima kasih telah percaya pada proses, meski hasilnya lama menyapa. Terima kasih telah mencintai perjalanan, bukan sekadar tujuan. Skripsi ini bukan hanya bukti akademik, melainkan jejak dari luka yang kamu rawat, air mata yang kamu bisukan, dan harapan yang kamu jaga rapat-rapat. Terima kasih terlah menjadi versi dirimu yang paling tabah.

10. Sahabat-sahabat perjuangan Angkatan 2022 Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Kuningan yang telah berproses dari awal perkuliahan hingga berakhirnya kebersamaan dalam mengemban pendidikan di bangku perkuliahan.
11. Semua pihak yang telah memberikan motivasi, dukungan, dan semangat dalam proses penelitian skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN
LEMBAR PERSETUJUAN
PERNYATAAN AUTENTISITAS
MOTTO DAN PERSEMBAHAN
ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **ix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.5 Definisi Operasional 8
1.6 Anggapan Dasar 10
1.7 Kerangka Berpikir 11
BAB II LANDASAN TEORI **12**
2.1 Landasan Teori 12
BAB III METODE PENELITIAN **29**
3.1 Metode Penelitian 29
3.2 Teknik Penelitian 29
3.3 Objek Penelitian 35
BAB IV DATA DAN PENGOLAHAN DATA **36**
4.1 Data Penelitian 36
4.2 Analisis Data 45
SIMPULAN DAN SARAN **318**
5.1 Simpulan 318
5.2 Saran 320
DAFTAR PUSTAKA **322**
LAMPIRAN **326**

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Penelitian..... 45
Tabel 4. 2 Data 1 Posisi Subjek dan Objek 48
Tabel 4. 3 Data 1 Posisi Pembaca..... 61
Tabel 4. 4 Data 2 Posisi Subjek dan Objek 75
Tabel 4. 5 Data 2 Posisi Pembaca..... 91
Tabel 4. 6 Data 3 Posisi Subjek dan Objek 110
Tabel 4. 7 Data 3 Posisi Pembaca..... 124
Tabel 4. 8 Data 4 Posisi Subjek dan Objek 142
Tabel 4. 9 Data 4 Posisi Pembaca..... 166
Tabel 4. 10 Data 5 Posisi Subjek dan Objek 194
Tabel 4. 11 Data 5 Posisi Pembaca..... 214
Tabel 4. 12 Data 6 Posisi Subjek dan Objek 233
Tabel 4. 13 Data 6 Posisi Pembaca..... 243
Tabel 4. 14 Data 7 Posisi Subjek dan Objek 253
Tabel 4. 15 Data 7 Posisi Pembaca..... 268
Tabel 4. 16 Data 8 Posisi Subjek dan Objek 282
Tabel 4. 17 Data 8 Posisi Pembaca..... 296
Tabel 5. 1 Analisis Perbandingan Tabel 5. 2..... 317