

ABSTRAK

Mutia Hapipah. NIM. 1188030127. 2022. *Persepsi Masyarakat Terhadap Standar Kecantikan Dalam Iklan Produk Skincare di Desa Cibadak Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang.*

Penampilan fisik dianggap sangat penting oleh kaum perempuan. Penampilan seperti memiliki kulit yang putih, *glowing*, mulus, tidak memiliki noda-noda hitam di wajah, dan memiliki postur badan atau tubuh yang tinggi, langsing ataupun berisi. Standar cantik yang seperti ini yang diidamkan oleh banyak perempuan. Sehingga berbagai cara dilakukan untuk mendapatkan standar cantik tersebut. Salah satunya yaitu dengan menggunakan *skincare* atau produk perawatan kulit. Produk-produk *skincare* ini memasarkan merek produknya yaitu menggunakan iklan-iklan yang ditayangkan di berbagai media untuk membentuk standar kecantikan.

Tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui standar kecantikan yang melekat pada masyarakat di Desa Cibadak. Lalu ingin mengetahui bagaimana cara iklan memberikan sugesti terhadap masyarakat terkait dengan standar kecantikan. Kemudian ingin mengetahui persepsi masyarakat terhadap konstruksi standar kecantikan yang dibentuk oleh iklan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori konstruksi sosial dari Peter L Berger dan Thomas Luckman. Teori ini menjelaskan sebuah proses di dalam kehidupan sosial masyarakat di mana setiap individu dan kelompok sosial membentuk realitas sosial karena adanya interaksi sosial yang dilakukan secara terus menerus.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fakta-fakta didapatkan dari teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses analisis data menggunakan metode dari Miles dan Huberman yang memiliki tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan terakhir penarikan simpulan dan verifikasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat standar kecantikan sangat bervariasi dan beragam berdampak positif pada standar kecantikan. Alasannya menambah pesona kecantikan, anggun, terawat dan menambah percaya diri pada masyarakat desa Cibadak.

Kata kunci: iklan, konstruksi sosial, skincare, standar cantik