

## ABSTRAKSI

Kecantikan adalah hal yang selalu diperhatikan oleh wanita, demikian pula dengan wanita Jepang. Konsep kecantikan tidak memiliki ukuran yang sama pada setiap negara, hal itu dapat dipengaruhi oleh budaya, sosial masyarakat, ataupun media masa. Pada zaman heian Jepang memiliki standar kecantikan seperti *ohagura* (menghitamkan gigi), *hikimayu* (menggambar alis di atas alis yang sebenarnya), *oshiroi* (menggunakan bedak tebal pada wajah). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep kecantikan Wanita Jepang saat ini yang terpresentasikan pada majalah Non-no edisi Januari 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, untuk mendeskripsikan hasil analisis. Teori utama yang digunakan dalam penelitian merupakan teori semiotik dari Charles Sander Peirce. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perubahan pada konsep kecantikan wanita Jepang. Seperti pada standar kecantikan rambut, standar kecantikan make up, dan standar kecantikan aksesoris.

Kata kunci : *kecantikan, wanita Jepang, majalah, semiotik*



ウィウィト。ラーマワティ

43131.52017.0121

STBA JIA

2021

## 要旨

美しさは女性が常に注目している、日本女性と同様にことである。美の概念はすべての国で同じ大きさではない、文化、社会社会、またはマスの影響を受ける可能性がある。平安時代の美の概念はお歯黒（歯を黒くする）、引眉（実際の眉の上に眉を描く）、お白粉（顔に厚い粉を使用する）ということである。本研究の目的は Non-no 誌の 2020 年 1 月号でどのように提示されている、現在に日本の女性の美の概念が知っている。本研究で使用された方法は分析の結果を説明するための定性的アプローチである。本研究で使用される主な理論は Charles Sander Peirce の記号論である。結果が日本の女性の美しさの概念の変化をしている、例えば神の美容基準やメイクアップの美容基準やアクセサリの美容基準などである。

キーワード: 美しさ、日本女性、雑誌、記号論