



FEMINISME DALAM IKLAN TELEVISI

**(Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Beetalk Versi Ariel Tatum,
Al Ghazali dan Iklan Ponds White Beauty Versi Slide di Televisi)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising

DISUSUN OLEH:

UNIVERSITAS

Octavia Mia Mica

MERCU BUANA

44310010083

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : FEMINISME DALAM IKLAN TELEVISI (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan BeeTalk Versi Ariel Tatum, Al Ghazali dan Iklan Ponds White Beauty Versi Slide di Televisi)

Nama : Octavia Mia Mica

Nim : 44310010083

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing

(S. Margaretha Niken R., S.Sos. M.Si.)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : FEMINISME DALAM IKLAN TELEVISI (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan BeeTalk Versi Ariel Tatum, Al Ghazali dan Iklan Ponds White Beauty Versi Slide di Televisi)

Nama : Octavia Mia Mica

Nim : 44310010083

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 28 Mei 2015

Ketua Sidang,
Morissan, SH. MA

Penguji Ahli,
Rahmadya Putra Nugraha, S. Sos. M.Si

Pembimbing,
S. Margaretha Niken R., S.Sos. M.Si.

(.....)

(.....)

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **FEMINISME DALAM IKLAN TELEVISI (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan BeeTalk Versi Ariel Tatum, Al Ghazali dan Iklan Ponds White Beauty Versi Slide di Televisi)**

Nama : Octavia Mia Mica

Nim : 44310010083

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising

Jakarta, 28 Mei 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(S. Margaretha Niken R., S.Sos. M.Si.)

UNIVERSITAS

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI KETUA BIDANG STUDI MARCOMM & ADV.

MERCU BUANA

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

(Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Bapa yang Maha Kuasa, karena dengan segala karunia yang telah dilimpahkanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulisan skripsi yang berjudul REPRESENTASI FEMINISME DALAM IKLAN TVC BEETALK DAN TVC POND'S WHITE BEAUTY ini bertujuan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata (S-1) Komunikasi bidang studi Marketing Communication and Advertising.

Alasan dari pemilihan judul skripsi “REPRESENTASI FEMINISME DALAM IKLAN TVC BEETALK DAN POND'S WHITE BEAUTY” di dasari pada terbatasnya penelitian mengenai ideologi feminisme yang pada era ini masih banyak kaum wanita yang melakukannya dan hal tersebut diangkat menjadi daya tarik sebagai sebuah iklan, sosok seorang wanita yang pada kebanyakan adalah seorang yang lembut dan penurut, dalam penelitian ini penulis ingin mengangkat sisi feminisme seorang wanita yang agresif dan dapat memilih apa yang wanita tersebut inginkan dan memegang kendali dalam beberapa hal yang biasa dilakukan oleh seorang pria.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis mendapatkan banyak saran, bimbingan dan arahan yang baik dari segi moril maupun materi serta dorongan semangat dari berbagai pihak yang sangat berpengaruh bagi peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima

kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang membantu dan membimbing penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Keluarga Tercinta Bapa Yanus.M Rosevelt Hutauruk & Mama Monika M atas doa dan kasih sayang yang berlimpah kepada peneliti, abang tersayang Krison H. SE , Oscar GH. Skom , Martinus S.Inf dan kakak Agustina H, kakak ipar Yossi M atas dukungan moral, pelajaran, pengetahuan, dan materi kepada peneliti, serta keponakan tersayang yang selalu menjadi penghibur Albert Timothy H, Jerrel Orion G, Audrey H
2. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, Msi selaku Kabid Studi Marketing Communication and Advertising.
3. Ibu S. Margaretha Niken., S.Sos. M.Si. dan Ibu Nindyta Aisyah Dwityas., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu memberi arahan dan dukungan,terimakasih juga untuk waktu yang telah ibu sediakan bagi saya.
4. Seluruh Dosen dan Staff pengajar yang telah mendidik dan membimbing mulai dari semester awal perkuliahan hingga saya dapat menyelesaikan perkuliahan.
5. Sahabat *Start till' finish* JOSGANDOS Ka Ririn Purwandari,.S.Ikom, Natalia Norita, Galeb Muhamad,.S.Ikom, Marhamah,.S.Ikom, Dina Dwi E,.S.Ikom, Ryan Abimanyu,.S.Ikom, Yurika AP,S.Ikom, Syarivah Dwi,.S.Ikom,

Niken F,.S.Ikom *thank you for the all love and support guys I'm lucky to have you all.*

6. Sahabat-sahabat baik Ka Anggie Angraeni,.S.Psi, Marlis Dawati,.SE, Zaeroby R, Ka Adis Sahetapy S.Ikom, Slamet Raharjo serta seluruh kediaman Keluarga Cemara
7. Sahabat-sahabat dan Senior dari Fikom Photography Club atas bimbingan organisasi,pelajaran,kekeluargaan dan semuanya kalian keluarga kedua bagi saya
8. Teman-teman HIMA PARIWARA Markom 2010 terima kasih atas perjalanan, kepercayaan, kebersamaan, dan hiburan yang kalian berikan.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa/i Marketing Communication and Advertising Universitas Mercubuana angkatan 2010 yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu.
10. PT. MRA Group Ibu Susyana selaku Marketing Manager Promotion yang telah memberikan pengetahuan seputar pekerjaan selama 3 bulan magang sebagai Marcom Digital Media. Kakak-kakak senior digital media Bunker Generation dan Team IT *Even in the office I feelin like home cause all of your treats and love guys.*

Jakarta 28 Mei 2015

Octavia Mia Mica

DAFTAR ISI

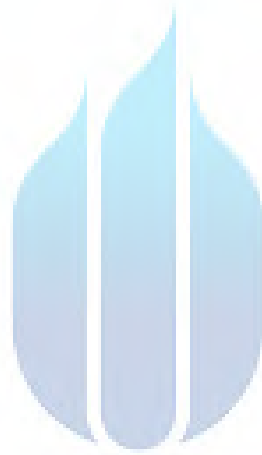
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.4.2 Manfaat Sosial.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi Sebagai Pertukaran Tanda Dan Makna	11
2.1.1 Tanda	13
2.1.2 Makna	13
2.2 Tanda Dan Makna Dalam Iklan	16
2.3 Semiotika Sebagai Kajian Tanda dan Makna	24
2.4 Semiologi Roland Barthes	26
2.5 Representasi Ideologi Dalam Iklan.....	30
2.6 Ideologi Feminisme	31
2.7 Representasi Dalam Iklan	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Definisi Konsep	41
3.4 Unit Analisis	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1 Data Primer	43
3.5.2 Data Sekunder	43
3.6 Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Analisis Iklan Beetalk Versi Ariel Tatum, Al Ghazali	48
4.1.1.1 Story Board Iklan Beetalk Versi Ariel Tatum, Al Ghazali	48
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Pesan Linguistik	52
4.2.2 Pesan Ikonik Terkodekan	54
4.2.3 Pesan Ikonik Tak Terkodekan	61
4.3 Analisis Iklan Televisi Ponds Versi Slide	62
4.3.1 Story Board Iklan Ponds Versi Slide	62
4.3.2 Pesan Linguistik	69
4.3.3 Pesan Ikonik Terkodekan	70
4.3.4 Pesan Ikonik Tak Terkodekan	81
4.4 Aspek Mitologi	81
4.5 Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90

5.2 Saran91

DAFTAR PUSTAKA

CV



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1 Analisis Iklan	86
------------------------------	----



DAFTAR TABEL

TABEL 1Tanda-Tanda pada Iklan.....	20
TABEL 2Elemen Pengambilan Gambar.....	22
TABEL 3 Peta Tanda Roland Barthes.....	27
TABEL 4 Peta Tanda Roland Barthes.....	44
TABEL 5 Makna Lama dan Makna Baru.....	88

