



**KONSTRUKSI CANTIK DALAM IKLAN TELEVISI *VEET* VERSI  
ASTRID TIAR**

**(Analisis Framing Robert N. Entman)**

SKRIPSI

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

DISUSUN OLEH:

UNIVERSITAS  
**Dian Purnama Sari**  
MERCU BUANA  
44310010082

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014





**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**MARKETING COMMUNICATION AND**  
**ADVERTISING**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

**Judul : KONSTRUKSI CANTIK DALAM IKLAN TELEVISI VEET**  
**VERSI ASTRID TIAR (Analisis Framing Robert N. Entman)**

**Nama : Dian Purnama Sari**

**NIM : 44310010082**

**Fakultas : Ilmu Komunikasi**

**Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising**

**Jakarta, Juni 2014**

Mengetahui,

**1. KETUA SIDANG**

**(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)**

(.....)

**2. PENGUJI AHLI**

**(Afdal Makkuraga Putra, S.Sos, MM)**

(.....)

**3. PEMBIMBING SKRIPSI**

**(Dr. Farid Hamid, M.Si)**

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**MARKETING COMMUNICATION AND**  
**ADVERTISING**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

**Judul : KONSTRUKSI CANTIK DALAM IKLAN TELEVISI VEET**  
**VERSI ASTRID TIAR (Analisis Framing Robert N. Entman)**

**Nama : Dian Purnama Sari**

**NIM : 44310010082**

**Fakultas : Ilmu Komunikasi**

**Bidang Studi : Marketing Communication and Advertising**

**Jakarta, Juni 2014**

Disetujui dan diterima oleh,  
Pembimbing

**MERCU BUANA**

  
**(Dr. Farid Hamid, M.Si)**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



**(Dr. Agustina Zubair, M.Si)**

**Ketua Bidang Studi**



**(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia yang telah dilimpahkannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulisan skripsi yang berjudul **“KONSTRUKSI CANTIK DALAM IKLAN TELEVISI VEET VERSI ASTRID TIAR (Analisis Framing Robert N. Entman)”** ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising.

Dalam proses penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan saran, bimbingan, dan arahan. Serta dorongan, semangat dan doa dari berbagai pihak yang sangat berarti bagi peneliti.

Secara khusus peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, Ayahanda Syarmadan Siregar dan Ibunda Jamingah. Meski selama proses perkuliahan yang peneliti jalani mereka berada jauh, namun doanya tidak pernah berhenti mengalir demi kesuksesan peneliti dan semangat juangnya yang selalu menginspirasi peneliti untuk terus bertahan sampai akhir. Serta kedua adik tercinta Baginda Oloan Siregar dan Ilham Ramadhani Siregar yang selalu menghibur dengan kepolosannya saat rasa jenuh datang menghampiri peneliti. Ucapan terima kasih lainnya ingin peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan saran yang sangat bermanfaat bagi peneliti demi kelancaran penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku kepala bidang studi Marcomm and Advertising.
3. Bapak Afdal Makkuraga Putra, S.Sos. MM selaku dosen penguji
4. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang luar biasa kepada peneliti dari semester awal sampai akhir masa perkuliahan, semoga ilmu yang telah diberikan ini dapat memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar dan khususnya bagi peneliti.
5. Sahabat – sahabat tercinta, “Teman Hidup” Novia Tiara Saputri, Rohmah, Intan Permata Rasyid, Rahma Yulyanti, Izma Nur Romadhona, Rika Safitri dan Putri Baihaqi. Terima kasih untuk canda, tawa, tangis, kisah, motivasi, dan diskusi ringan hingga berat. Empat tahun terasa sebentar dilalui bersama kalian, semoga apa yang telah dilalui bisa jadi kisah klasik untuk masa depan dan saat nanti raga tidak lagi saling bertemu semoga hati dan kabar akan selalu bisa mengikat dan mengingat hari ini.
6. Keluarga besar HIMA PARIWARA periode 2012 – 2013, terima kasih atas pengalaman berharganya dalam berorganisasi. Konflik, perdebatan, lelah, tangis, dan rapat – rapat panjang yang kita lalui terbayar dengan suksesnya event – event yang kita buat dan sirna dengan liburan bersama ke berbagai tempat. Semoga pengalaman senang dan susah dalam

berorganisasi ini bisa menjadikan bekal peneliti di kehidupan kerja yang menuntut sikap kerja tim yang baik.

7. Teman – teman seperjuangan Marcomm and Advertising angkatan 2010 yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Angka 10 melambangkan perjuangan kita, dimana angka 1 melambangkan masing – masing individu dan 0 merupakan bentuk angka yang utuh tidak terputus karena kita saling berpegang tangan membentuk lingkaran berjuang bersama. Meski satu persatu pergi, semoga di masa mendatang akan bisa bertatap muka dalam kehidupan yang lebih sukses lagi.
8. Para senior pembimbing, Syifa Amalia, Alin Fitriany Astuti dan Leni Wulansari yang sudah membantu peneliti dengan menjawab pertanyaan – pertanyaan seputar perkuliahan, skripsi, pinjaman buku, dan ceramah – ceramah panjangnya yang sangat membantu
9. Nony Kartika, teman sesama pejuang skripsi antar universitas yang telah berbagi masukan mengenai skripsi, teman ngetik bareng disudut perpustakaan hingga malam dan tempat saling tukar menukar buku dan cerita.
10. Bapak Syamsudin, yang telah membantu peneliti mengurus administrasi perkuliahan, pendaftaran sidang dan nilai para mahasiswa/i.
11. Serta semua pihak yang telah banyak membantu proses penulisan skripsi ini dan tidak bisa dituliskan satu – persatu.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, maka

penulis membuka pintu yang selebar – lebarnya kepada semua pihak untuk memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti sendiri, para akademika dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juni 2014

**Dian Purnama Sari**





## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Lembar Persetujuan Skripsi .....	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi .....	iii
Lembar Tanda Perbaikan Skripsi .....	iv
Abstrak .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Akademis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11

1.4.3 Manfaat Sosial .....	11
----------------------------	----

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Periklanan Dalam Sistem Komunikasi Massa .....	12
2.2 Iklan Televisi .....	13
2.3 Kategorisasi Iklan Televisi .....	14
2.4 Konstruksi Realitas Iklan Televisi .....	19
2.5 Iklan dan Budaya Populer .....	21
2.6 Posisi Perempuan Dalam Iklan Televisi .....	23
2.7 Analisis Framing .....	26
2.8 Model Framing Robert N. Entman .....	27

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian .....	31
3.2 Metode Penelitian .....	32
3.3 Unit Analisis .....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.4.1 Data Primer .....	34
3.4.2 Data Sekunder .....	34

3.5 Teknik Analisa Data .....	34
-------------------------------	----

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	37
------------------------------------	----

4.1.1 Gambaran Umum PT. Reckitt Benckiser Indonesia ..	37
--	----

4.1.2 Sejarah PT. Reckitt Benckiser Indonesia .....	38
---	----

4.1.3 Visi dan Misi .....	39
---------------------------	----

4.1.4 Profil Veet .....	39
-------------------------	----

4.2 Gambaran Umum Tentang Iklan Veet Versi Astrid Tiar .....	40
--	----

4.2.1 Storyboard Iklan Televisi Veet Versi Astrid Tiar .....	41
--	----

4.2.2 Storyline Iklan Televisi Veet Versi Astrid Tiar .....	49
---	----

4.3 Hasil Penelitian .....	50
----------------------------	----

4.3.1 Analisis Framing Robert N. Entman .....	50
---	----

4.3.2 Dimensi Framing Robert N. Entman .....	61
--	----

4.4 Pembahasan Iklan Veet Versi Astrid Tiar .....	63
---	----

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	74
----------------------	----

5.2 Saran .....	75
-----------------	----

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Framing Robert N. Entman .....	28
Tabel 3.1 Perangkat Framing Robert N. Entman .....	35
Tabel 4.1 Storyboard Iklan Veet Versi Astrid Tiar .....	41
Tabel 4.2 Pendefinisian Masalah Iklan Veet .....	50
Tabel 4.3 Sumber Masalah Iklan Veet .....	51
Tabel 4.4 Membuat Keputusan Moral Iklan Veet .....	52
Tabel 4.5 Menekankan Penyelesaian Masalah Iklan Veet .....	60
Tabel 4.6 Dimensi Framing Robert N. Entman .....	61
Tabel 4.7 Konstruksi Cantik Dalam Iklan Veet .....	67

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Veet .....	40
Gambar 4.2 Kerangka Model Konstruksi Sosial Media Massa .....	70
Gambar 4.3 Cantik dan Konstruksi Media Massa .....	71

