



**POSFEMINISME DALAM IKLAN PANTENE “SEMAKIN”
BERKILAU DENGAN PANTENE BARU!” VERSI RALINE SHAH**

SKRIPSI

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

Disusun Oleh :
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
PUTRI SARAH FATHIN
44313010044

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : POSFEMINISME DALAM IKLAN PANTENE
"SEMAKIN BERKILAU DENGAN PANTENE BARU!"
VERSI RALINE SHAH

Nama : Putri Sarah Fathin

NIM : 44313010044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 20 Februari 2017

Mengetahui,

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Dr. Farid Hamid, M.Si".



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : POSFEMINISME DALAM IKLAN PANTENE
“SEMAKIN BERKILAU DENGAN PANTENE BARU!”
VERSI RALINE SHAH

Nama : Putri Sarah Fathin

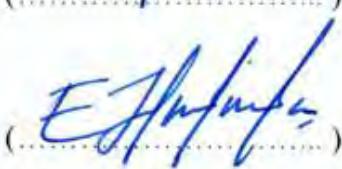
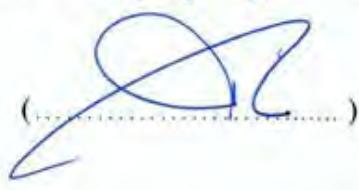
NIM : 44313010044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Februari 2017

1. Ketua Sidang
Ponco Budi Sulistyo., M.Comm.,Ph.D 
(.....)
2. Pengaji Ahli
Enjang Pera Irawan, M.Ikom 
(.....)
3. Pembimbing
Dr. Farid Hamid.,M.Si 
(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : POSTFEMINISME DALAM IKLAN PANTENE

“SEMAKIN BERKILAU DENGAN PANTENE BARU!”

VERSI RALINE SHAH

Nama : Putri Sarah Fathin

NIM : 44313010044

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Jakarta, 20 Februari 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid., M.Si)

Ketua Bidang Studi Adv & Marcomm

(Dr. Farid Hamid., M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo, P.hd)

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT, kiranya pantaslah peneliti memanajatkan puji syukur atas segala nikmat yang telah diberikan kepada peneliti, baik kesempatan maupun kesehatan, sehingga skripsi berjudul “Posfeminisme Dalam Iklan Pantene Versi Raline Shah” ini dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

Penulis menyadari penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Agustina Zubair, Dr. M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memfasilitasi peneliti selama perkuliahan maupun dalam menyelesaikan skripsi ini,
2. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku kepala bidang studi Advertising & Marketing Communication sekaligus pembimbing yang dengan sabar, dan ikhlas dalam membimbing, mengarahkan, dan meluangkan tenaga serta waktu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik,
3. Dr. Yoyoh Hereyah M.Si, sebagai dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan saran serta dukungan dalam pelaksanaan perkuliahan,
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi, serta karyawan Universitas Mercu Buana atas perhatian dan pelayanannya,
5. Orang tua tersayang, ibu Icih Sa'diyah dan ayah Ide Takariyanto yang selalu memberikan kasih sayang, doa, semangat, dukungan moral dan materiil, sehingga penulis mendapatkan kekuatan dan dapat menyelesaikan studi di Universitas Mercu Buana,
6. Adik-adik tercinta, Sultan dan Argi yang selalu menjadi motivasi untuk peneliti agar menjadi contoh yang baik dan pantang menyerah,

7. Adinda, Danis, Ulvi, dan teman-teman Marcommers 2013 yang selalu memberi keceriaan serta support dalam mengisi hari, dan sahabat tercinta Luthfi Rezki yang selalu memberi semangat, serta masukan hingga terselesaikannya skripsi ini. terimakasih atas kerja sama yang baik,
8. Dyu, Danti, Dhea, Mutia, Fenny, Ila, Tiwi, dan Puput, yang selalu memberikan perhatian, doa, serta menjadi teman diskusi dalam proses penggerjaan skripsi ini.

Semoga doa, bimbingan, bantuan, serta semangat yang diberikan dapat menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Besar harapan peneliti agar Skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berarti untuk para pembaca.

Jakarta, 20 Februari 2017

Peneliti



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Iklan Televisi Dan Ideologi.....	11
2.2 Perempuan dan Media	14
2.3 Feminisme dan Posfeminisme	18
2.3.1 Aspek Sejarah dan Aliran Feminis	18
2.3.2 Posfeminisme	22
2.4 Semiotika dan Semiotika Roland Barthes	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian.....	31
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Unit Analisis	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.4.1 Data Primer	33
3.4.2 Data Sekunder.....	34
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Singkat PT P&G	36
4.1.2 Kekuatan Inti PT P&G	38
4.1.3 Sejarah Singkat Pantene	41
4.2 Gambaran Iklan Pantene “Semakin Berkilau Dengan Pantene Baru!” .	43
4.3 Hasil Penelitian.....	44
4.3.1 Pesan Linguistik	44
4.3.2 Pesan Ikonik Terkodekan Iklan Pantene	50
4.3.3 Pesan Ikonik Tak Terkodekan Iklan Pantene	61
4.4 Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	74
Daftar Pustaka	75



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Unsur-Unsur Tanda Dalam Iklan	13
Tabel 3.1 : Skema Analisis Roland Barthes	35
Tabel 4.1 : Pesan Linguistik	44
Tabel 4.2 : Pesan Ikonik Terkodekan	50
Tabel 4.3 : Pesan Ikonik Tak Terkodekan	61
Tabel 4.4 : Kategori Posfeminis Iklan Pantene	66
Tabel 4.4 : Mitologi Iklan Pantene	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Media dan Pencitraan Perempuan	16
Gambar 2.2 : Elemen Kerja Media	17
Gambar 2.3 : Model Pemaknaan Konotatif Unsur Gambar	28
Gambar 4.1 : Kekuatan Inti PT P&G.....	38

