



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**KOMODIFIKASI TUBUH PADA
IKLAN NEW ERA BOOTS**

TESIS

**OLEH : ILMU
SILA AYU
55213120019**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM

STUDI MAGISTER KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KOMODIFIKASI TUBUH PADA

IKLAN NEW ERA BOOTS

TESIS

diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana
Universitas Mercu Buana

OLEH :

ILMI SILA AYU

55213120019

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

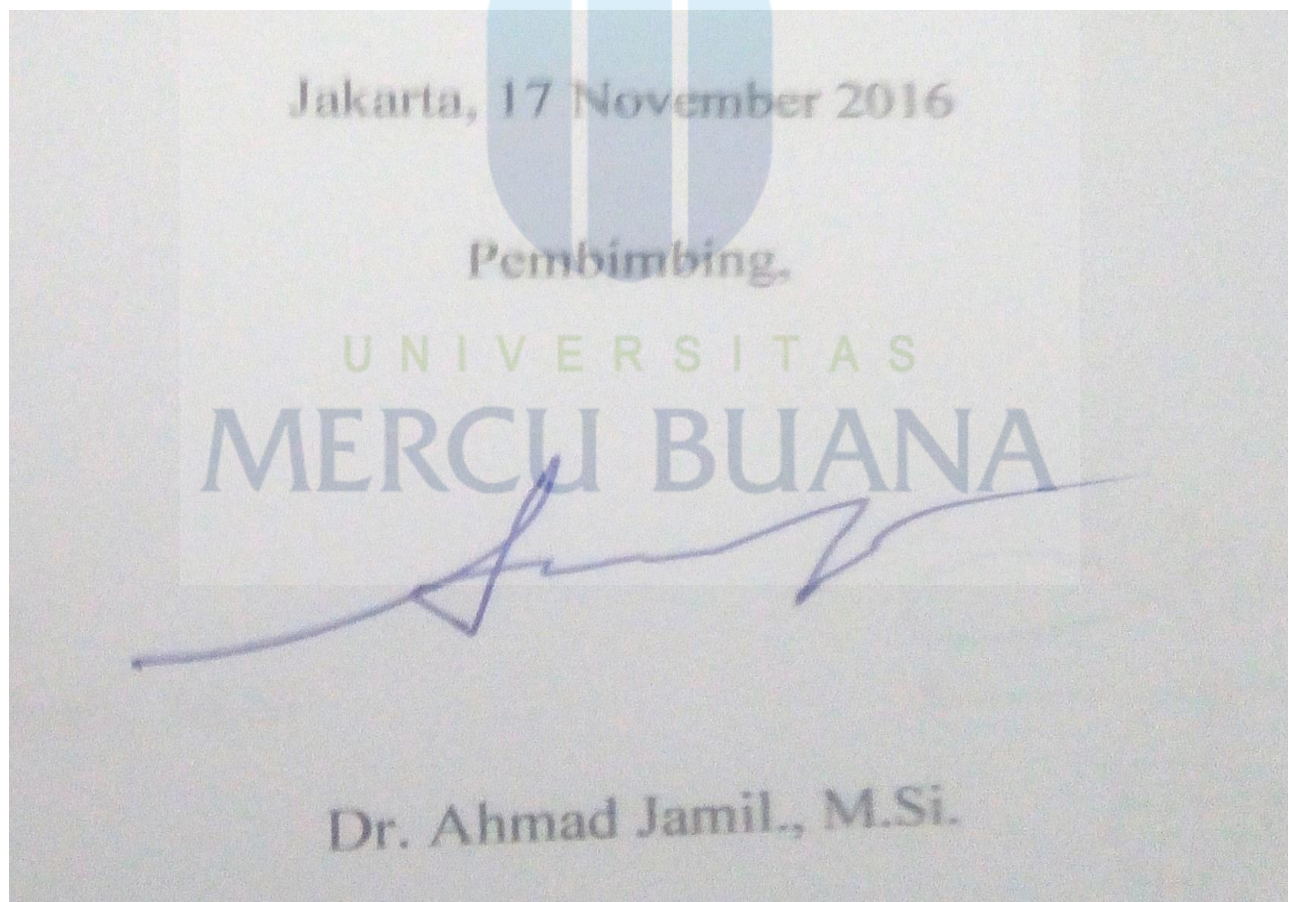
PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

2016

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Judul : Komodifikasi Tubuh Pada Iklan New Era Boots
Nama : Ilmi Sila Ayu
NIM : 55213120019
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis



LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

Judul : Komodifikasi Tubuh Pada Iklan New Era Boots
Nama : Ilmi Sila Ayu
NIM : 55213120019
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis

Jakarta, 17 November 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:
Dr. Nur Kholisoh, M.Si (.....)

2. Penguji Ahli:
Dr. Afdal Makkuraga Putra, MM, M.Si (.....)

3. Pembimbing:
Dr. Ahmad Jamil., M.Si (.....)



LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Komodifikasi Tubuh Pada Iklan New Era Boots
Nama : Ilmi Sila Ayu
NIM : 55213120019
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Media Industri & Bisnis

Jakarta, 17 November 2016

Mengetahui,

1. Ketua Sidang:

Dr. Nur Kholisoh., M.Si

2. Penguji Ahli:

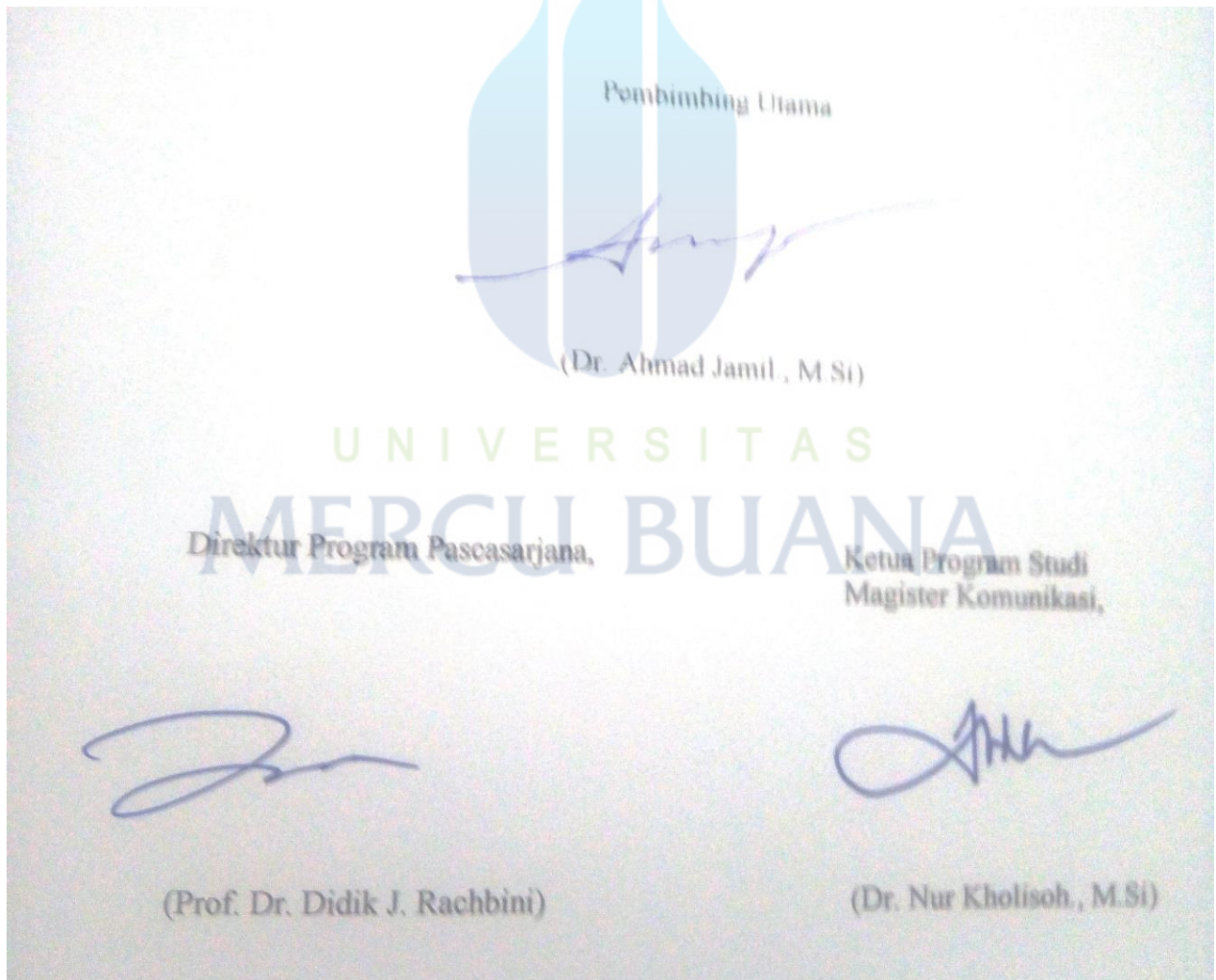
Dr. Afdal Makkuraga Putra, MM, M.Si

3. Pembimbing:

Dr. Ahmad Jamil., M.Si

**LEMBAR PENGESAHAN
TESIS**

Judul : Komodifikasi Tubuh Pada Iklan New Era Boots
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Ilmi Sila
Ayu NIM :
55213120019
Program : Magister Komunikasi
Tanggal : 03 November 2016



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Komodifikasi Tubuh Pada Iklan New Era Boots
Bentuk Tesis : Penelitian
Nama : Ilmi Sila Ayu
NIM : 55213120019
Program : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 03 November 2016

merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 17 November 2016



Ilmi Sila Ayu

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Komodifikasi Tubuh Pada Iklan New Era boots.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana hasrat kini menjadi komoditas. Mitos-mitos ini kemudian juga mengalami komodifikasi untuk tujuan ekonomi pihak pemilik modal (kapitalis) dan menanamkan ideologi konsumerisme pada khalayak.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Dr. Ahmad Jamil., M.Si, sebagai dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Dr. Yoyohselaku Penguji pada Seminar Proposal, Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Dr. Nur Kholisoh, M.Si. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magster Ilmu Komunikasi, termasuk rekan-rekan mahasiswa khususnya Myra, Dian Novita, Swita Amallia Hapsari yang telah menaruh simpati dan bantuannya, juga sahabat-sahabat, khususnya Shofi, Dayat, Erik dan Indra yang selalu mengingatkan dan mensupport hingga thesis ini selesai. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada orang tua, Bukhori &Idah Rosmanah, yang dengan penuh kasih sayang mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam kajian ilmu komunikasi.

Penulis,



UNIVERSITAS IImi Sila Ayu
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	20
2.2.1 Iklan.....	20
2.2.2 Realitas Iklan Televisi.....	28
2.2.4 Komodifikasi.....	30
2.2.5 Komodifikasi Tubuh.....	33

2.2.6 Iklan dan Budaya Konsumerisme	40
2.2.6 Semiotika	45
2.2.7 Semiotika Iklan	50
2.3 Kerangka Pemikiran	51
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian	54
3.2 Paradigma Penelitian	54
3.3 Metode Penelitian	55
3.4. Teknik Pengumpulan Data	58
3.4.1 Data Primer	58
3.4.2 Data Sekunder	59
3.5 Teknik Analisis Data	59
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Iklan New Era Boots	61
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Pesan Linguistik Iklan Televisi New Era Boots	63
4.2.2 Pesan Ikonik Terkodekan	73
4.2.3. Pesan Ikonik Tak Terkodekan	81
4.3 Pembahasan	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
5.2.1 Saran Akademis	98
5.2.2 Saran Praktis	98

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 4.1 Pesan Linguistik.....	63
Tabel 4.2 Pesan Ikonik Terkodekan.....	73
Tabel 4.3 Objek Komodifikasi Tubuh	82



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Peta tanda Roland Barthes	48
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	53



UNIVERSITAS
MERCU BUANA