



SIMULACRUM MEDIA DI ERA POSTMODERN

Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan
Kecantikan Dove Edisi „Dove Real Beauty Sketches“



TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
RIZQI FITRIANTI

55215110062

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



SIMULACRUM MEDIA DI ERA POSTMODERN

Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan
Kecantikan Dove Edisi „Dove Real Beauty Sketches“

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
RIZQI FITRIANTI

55215110062

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Rizqi Fitrianti
2. NIM : 55215110062
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
6. Judul : Simulacrum Media di Era Postmodern
(Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi
Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty
Sketches')

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 7 Juni 2017

Pembimbing

Dr. Heri Budianto, M.Si



MERCU BUANA

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Simulacrum Media di Era Postmodern
(Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches')
2. Nama : Rizqi Fitrianti
3. NIM : 55215110062
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
7. Tanggal : 13 Juni 2017

Jakarta, 13 Juni 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang
Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si
2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si
3. Pembimbing
Dr. Heri Budianto, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM PASCASARJANA

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Simulacrum Media di Era Postmodern
(Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches')
2. Nama : Rizqi Fitrianti
3. NIM : 55215110062
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Media Industri & Bisnis
7. Tanggal : 23 Desember 2017

UNIVERSITAS

Jakarta, 23 Desember 2017

MERCU BUANA

Mengetahui,

4. Ketua Sidang

Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

5. Penguji Ahli

Dr. Henni Gusfa, M.Si

6. Pembimbing

Dr. Heri Budianto, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Simulacrum Media di Era Postmodern
(Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan
Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches')

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah

Nama : Rizqi Fitrianti

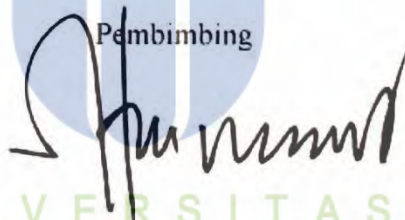
NIM : 55215110062

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : Desember 2017

Mengesahkan

Pembimbing



Dr. Heri Budianto, M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Ilmu
Komunikasi



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Ahmad Mulyana, M. Si

PERNYATAAN

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

Judul : Simulacrum Media di Era Postmodern
(Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches')

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah

Nama : Rizqi Fitrianti

NIM : 55215110062

Program : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 13 Juni 2017

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 secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 13 Juni 2017


METRAI
TEMPEL
7AEE724373663
6000
CNRM
Rizqi Fitrianti

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr, Wb.

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: “*SIMULACRUM MEDIA DI ERA POSTMODERN: Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi ‘Dove Real Beauty Sketches’*”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji tentang simulasi yang terjadi dalam sebuah tayangan iklan Dove edisi „Dove Real Beauty Sketches“ sebagai tayangan yang hiperrealis dan menggiring penonton menjadi masyarakat konsumen.

Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusinya dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan selama penyusunan Tesis ini dari awal

hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si sebagai Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi dan Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi. Serta seluruh jajaran Dosen Magister Ilmu Komunikasi dan seluruh staff Universitas Mercu Buana.

2. Kepada kedua orang tua, A. Baedowi dan Nunung Hartati, serta seluruh keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan.
3. Suami tercinta, Ari Budi Setiawan, terimakasih untuk doa dan motivasinya.
4. Serta teman-teman yang telah ikut membantu dan menyemangati, yang mohon maaf namanya tidak dapat ditulis satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan ganjaran yang sebesar-besarnya, atas segala kebaikan semua pihak sehingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan lancar. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan akademik di Indonesia.

Wassalamualaikum Wr, Wb.

Peneliti

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Sosial	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Postmodernist Inclinations and the Media: Unleashing the Incubus?	13
2.1.2 Enhancing L2 Reading Comprehension with Hypermedia Texts: Student Perception	13
2.1.3 The Zapatista Rebellion as Postmodern Revolution	14

2.1.4	Are We Postmodern Yet? Reading <i>Monster</i> with 21 st - Century Ninth Graders	15
2.1.5	The Virtual Metropolis: Restoration as Simulacrum	16
2.1.6	Toward Tenure: Developing a Relational View	16
2.1.7	My Social Networking Profile: Copy, Resemblance, or Simulacrum? A Poststructuralist Interpretation of Social Information Systems	17
2.1.8	The <i>Scream</i> Trilogy „Hiperpostmodernism“ and the Late-Nineties Teen Slasher Film	18
2.1.9	The Postmodern Sacred	19
2.1.10	“I’m Bart Simpson, who the hell are you?” A study in Postmodern Identity (re)construction	20
2.2	Kajian Teoritis	25
2.2.1	Iklan dan Perubahan Sosial	25
2.2.2	<i>New Media</i> sebagai Pasar Baru	28
2.2.3	Teori Postmodern	33
2.2.4	Semiotika	43
2.2.5	<i>Simulacrum</i> Jean Baudrillard	45
2.2.6	Hiperrealitas dalam Media Massa	53
2.3	Kerangka Pemikiran	57
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		62
3.1	Objek Penelitian	62
3.2	Paradigma Penelitian	63
3.3	Metode Penelitian	70
3.4	Unit Analisis	75

3.5 Teknik Pengumpulan Data	76
3.6 Teknik Analisa Data	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.1.1 Iklan Kecantikan Dove „Dove Real Beauty Sketches“	80
4.1.2 Narasi dalam Iklan Dove „Dove Real Beauty Sketches“	81
4.1.3 Perempuan dalam Iklan Dove „Dove Real Beauty Sketches“ ...	83
4.2 Hasil Penelitian	84
4.2.1 <i>Simulacrum</i> dalam Iklan „Dove Real Beauty Sketches“	84
4.3 Pembahasan	119
4.3.1 Simulakrum dalam Proses Simulasi Iklan Dove „Dove Real Beauty Sketches“	119
4.3.2 Hiperrealitas dalam Kategori Banalitas yang Menjadi Gaya Hidup Perempuan Kekinian di Era Postmodern	127
BAB V PENUTUP	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Saran	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	