



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting
Yuliana Sapitri
44113120031

**EKSPLOITASI SENSUALITAS PEREMPUAN DALAM IKLAN POMPA AIR
(SHIMIZU)**
**(Studi Analisis Resepsi Komunikasi Tentang Persepsi Masyarakat Kelurahan
Jelambar Baru Jakarta Barat Terhadap Isi Iklan)**

ABSTRAKSI

Iklan Pompa Air Shimizu, peneliti angkat karena iklan ini menunjukkan adanya gejala eksploitasi terhadap tubuh perempuan, dimana di dalam iklan tersebut menampilkan perempuan dalam balutan busana mini, *gesture* yang mengarah ke unsur sensualitas, dan terdapat teyangan yang menunjuk ke beberapa fragmen tubuh vitalnya secara 'eksklusif'.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, bagaimana persepsi khalayak mengenai eksploitasi yang ditampilkan dalam iklan tersebut dan bagaimana khalayak memaknai iklan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, analisis resepsi yang dilakukan dengan wawancara FGD pada informan wanita yang berdemografis di daerah Jelambar Baru Jakarta Barat. Sebagai metode untuk mencari data primer. Hasil penelitian mengacu pada Teori Stuart Hall.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk penerimaan khalayak melalui analisis resepsi terhadap eksploitasi yang dilakukan perempuan dalam iklan Pompa Air Shimizu, di kategorikan menjadi tiga posisi pemaknaan, yaitu (1) *dominan-hegemonic* (2) *Negosiasi* dan (3) *Oposisi* penulis melihat informan dengan pendidikan setara sekolah menengah atas memaknai makna yang sama dengan apa yang di buat oleh produsen, sedangkan informan dengan gelar sarjana melakukan penawaran lain, dalam penelitian ini penulis mengambil kesimpulan bahwa perempuan hanya di jadikan sebagai alat untuk menarik perhatian khalayak dalam melakukan pembelian, dan khalayak tidak menyetujui ditampilkannya iklan ini, karna iklan Pompa Air shimizu mengarah ke unsur pornografi.

Kata Kunci: Analisis Resepsi dan Eksploitasi Sesualitas Perempuan