



**Interpretasi Khalayak Terhadap Eksploitasi Tubuh Perempuan
Dalam Iklan Frestea versi “My Body” Dengan
Menggunakan Analisis Resepsi**

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh :
CINDY HENRIKA
44313010020

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **Interpretasi Khalayak Terhadap Eksploitasi Tubuh
Permpuan Dalam Iklan Frestea versi “My Body”
Dengan Menggunakan Analisis Resepsi**

Nama : Cindy Henrika

NIM : 44313010020

Fakultas : Ilmu Komunikasi

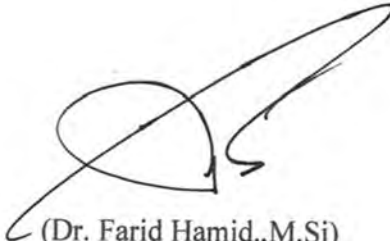
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 07 Desember 2017

Mengetahui,

Pembimbing



(Dr. Farid Hamid.,M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Interpretasi Khalayak Terhadap Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan Frestea versi "My Body" Dengan Menggunakan Analisis Resepsi**

Nama : Cindy Henrika

NIM : 44313010020

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 04 Desember 2017

Ketua Sidang,
Rahmadya Putra Nugraha, M.Si



(.....)

Penguji Ahli
Razie Razak, M.Ikom



(.....)

Pembimbing 1
Dr. Farid Hamid., M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Interpretasi Khalayak Terhadap Eksploitasi Tubuh
Permpuan Dalam Iklan Frestea versi "My Body"
Dengan Menggunakan Analisis Resepsi**

Nama : Cindy Henrika
NIM : 44313010020
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, 07 Desember 2017
Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing Ketua Bidang Studi Marcomm&Advertising




(Dr. Farid Hamid.,M.Si)




(Dr. Farid Hamid.,M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M,Si)



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu dipanjatkan kehadirat Allah SWT, yang dengan kebesaran dan keagungan-Nya telah memberikan begitu banyak anugrah ilmu, rezeki yang berlimpah, kasih dan sayang-Nya kepada seluruh alam, sehingga tak satupun makhluk di dunia ini yang tercipta tanpa makna.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, dorongan serta saran dan kritik dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Farid Hamid Umarella A, Dr, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen pembimbing akademik yang telah bersedia membimbing dan memberikan masukan serta membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Untuk seluruh Bapak/Ibu dosen fakultas Ilmu Komunikasi khususnya yang mengajar pada jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan yang tiada lelah memberikan Ilmu yang sangat bermanfaat.
3. Alm. Ayahanda Henry Ekak dan Ibunda, yang dengan kasih sayang dan cita kasih yang tulus diberikan kepada penulis sehingga dapat memberikan motivasi dan semangat untuk terus berkarya demi terwujudnya cita-cita yang mulia.
4. Kakak tercinta Merry Henrika, karena selalu setia menemani disaat suka maupun duka. Untuk segala dukungan moral dan moril hingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.

5. Arief Yusandi yang dengan sabarnya memberikan semangat dan motivasi agar penelitian ini selesai.
6. Virliana Putri, Fitria Mayangsari, Mulia Amanah, Prestha Sri Nurhayati, Ferdika Rian Pamungkas, Maulana Tihar, Johannes Billy, Ayu Maharani atas semangat dan dukungannya.
7. Sahabat-sahabat dan rekan di Prodi Ilmu Komunikasi khususnya Marcomm 2013 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT, memberikan ganjaran yang setimpal atas segala dorongan, bantuan, dukungan, semangat dan keyakinan yang sudah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Amin.

Jakarta, 21 November 2017



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Cindy Henrika

NIM. 44313010020

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Identifikasi Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2 Iklan.....	11
2.2.1 Fungsi Iklan.....	13
2.3 Iklan Dalam Televisi.....	14
2.4 Realitas Konstruksi Sosial.....	16
2.4.1 Konstruksi Realitas Perempuan dalam Tayangan Iklan Televisi....	17
2.4.2 Perempuan Dalam Iklan di Media.....	20
2.4.3 Eksploitasi Tubuh Perempuan Dalam Iklan.....	21
2.5 Teori Pemaknaan Khalayak.....	23
2.5.1 <i>Cultural Studies</i> Pengaruhnya Terhadap Analisis Resepsi.....	23
2.5.2 Analisis Resepsi (<i>Reception Analysis</i>).....	25
2.5.3 Proses <i>Encoding/Decoding Audience</i> Stuart Hall.....	28

BAB III	34
METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian	34
3.2 Tipe Penelitian.....	35
3.3 Metode Penelitian.....	37
3.4 Subyek Penelitian	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5.1 Data Primer	40
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	41
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.1 Sejarah PT. Coca-Cola Dunia	43
4.1.2 Sejarah PT. Coca-Cola Indonesia.....	44
4.1.3 Profil PT. Coca-Cola <i>Bottling</i> Indonesia.....	47
4.1.4 Struktur PT. Coca-Cola <i>Bottling</i> Indonesia.....	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Identitas Informan.....	50
4.2.2 Interpretasi Umum terhadap Iklan.....	55
4.2.3 Interpretasi terhadap Produk	58
4.2.4 Interpretasi Khalayak Terhadap <i>Storyline</i>	60
4.2.5 Interpretasi Khalayak Terhadap Bintang Iklan (<i>Endorser</i>).....	61
4.2.6 Interpretasi Khalayak terhadap Eksploitasi Tubuh Perempuan	63
4.2.7 Interpretasi Khalayak terhadap Eksploitasi Tubuh Perempuan dalam Iklan Frestea My Body.....	70
4.3 Pembahasan.....	77

BAB V	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	88
5.2.1 Saran Akademik	88
5.2.2 Saran Praktis.....	89
 DAFTAR PUSTAKA	 90

