



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Komunikasi & Periklanan
Cindy Henrika
44313010020

Interpretasi Khalayak Terhadap Eksploitasi Tubuh Perempuan dalam Iklan Frestea versi
“*My Body*”

Jumlah Halaman : vi hal + 89 Hal + 9 lampiran

Bibliografi acuan : 29

ABSTRAK

Membicarakan tentang iklan akan lebih menarik jika dipadukan dengan perbincangan mengenai perempuan, apalagi dihungungkan dengan media massa baik itu media cetak maupun media khususnya televisi yang setiap harinya dapat dinikmati oleh semua orang. Bagian tubuh lainnya seperti kulit, yang diekspos oleh media dalam berbagai media massa. Penelitian ini berfokus terhadap bagaimana interpretasi khalayak mengenai eksploitasi tubuh perempuan dalam iklan Frestea versi “*My Body*”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi menurut Stuart Hall, fokus dari analisis resepsi ini adalah bagaimana khalayak yang berbeda-beda memaknai isi media sehingga lebih mengambil perspektif pada khalayak daripada media itu sendiri. Analisis ini juga melihat pengaruh kontekstual dalam penggunaan media dan interpretasi serta pemaknaan dari seluruh pengalaman khalayak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif.

Hasil penelitian ini menyimpulkan dengan menggunakan metode analisis resepsi yang terdapat tiga kategori yaitu dominan hegemonik dimana khalayak memaknai tayangan iklan sesuai dengan makna pembaca utama, negosiasi dimana bahwa khalayak sebetulnya mengetahui akan makna yang dikehendaki oleh pembuat iklan namun mereka mencoba bernegosiasi dengan maksud lain dibalik makna utama, dan oposisi khalayak sebetulnya sadar akan pembacaan makna utama yang ada dalam sebuah tayangan, namun mereka mencoba memaknai berlawanan. Dari lima orang informan yang diwawancarai terdapat dua informan yang masuk kedalam kategori dominan hegemonik, satu informan yang masuk kedalam kategori negosiasi dan dua informan masuk kedalam kategori oposisi.

Keyword: Interpretasi Khalayak, Eksploitasi, Tubuh Perempuan, Iklan



Mercu Buana University
Communications Scientist
Mayor of Marketing Communications & Advertising
Cindy Henrika
44313010020

Interpretation of Audiences Against Women's Body Exploitation in the "My Body" version of Frestea Ads

Number of pages : vi page + 89 page + 9 attach

Bibliography reference : 29

ABSTRACT

Talking about advertising will be more interesting if combined with conversations about women, let alone conveyed to the mass media both print and media, especially television that every day can be enjoyed by everyone. Other body parts such as skin, which are exposed by the media in various mass media. This study focuses on how the interpretation of the audience regarding the exploitation of women's bodies in the ad of Frestea version of "My Body".

This study was conducted to find out how the interpretation of the audience about the exploitation of women's bodies in the ad of Frestea version of "My Body" by using the reception analysis from Stuart Hall. This research uses qualitative approach with descriptive research type. The method used is a receptive audience analysis study which is a method that sees audiences as active participants in constructing and interpreting the meaning of what they see.

The results of this study concluded by using the method of analysis of receptions that there are three categories of dominant hegemonic where the audience interpret the ad impressions in accordance with the meaning of the main reader, the negotiation where the audience actually know the meaning desired by the advertiser but they try to negotiate with other intentions behind the main meaning , and the opposition audiences are actually aware of the reading of the main meaning that exists in an impression, but they try to interpret the opposite. Of the five informants interviewed there were two informants who entered into the dominant category of hegemonic, one informant who entered into the category of negotiation and two informants entered into the category of opposition.

Keyword: Interpretation of Audience, Exploitation, Body of Women, Advertising