



REPRESENTASI SENSUALITAS BUNGA CITRA LESTARI

DALAM IKLAN SABUN LUX SOFT TOUCH VERSI LOVE

BUNGA CITRA LESTARI & ASHRAF SINCLAIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Visual And Art Communication

Disusun oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ESTI SETIOWATI

44411010021

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Visual and Art
Communication

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI SENSUALITAS BUNGA CITRA
LESTARI DALAM IKLAN SABUN LUX SOFT
TOUCH VERSI LOVE BUNGA CITRA LESTARI &
ASHRAF SINCLAIR**

Nama : Esti Setiowati

Nim : 44411010021

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 April 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(Drs. Dadan Iskandar, M.Si)



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Visual and Art
Communication

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI SENSUALITAS BUNGA CITRA
LESTARI DALAM IKLAN SABUN LUX SOFT
TOUCH VERSI LOVE BUNGA CITRA LESTARI &
ASHRAF SINCLAIR**

Nama : Esti Setiowati

Nim : 44411010021

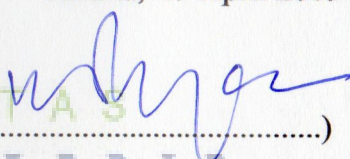
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Communication

Jakarta, 19 April 2015

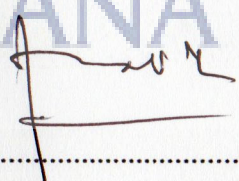
Ketua Sidang,

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

()

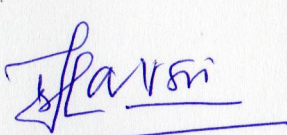
Penguji Ahli,

Marwan Mahmudi, M.Si

()

Pembimbing,

Drs. Dadan Iskandar, M.Si

()



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi.

Bidang Studi Visual and Art
Communication

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI SENSUALITAS BUNGA CITRA
LESTARI DALAM IKLAN SABUN LUX SOFT
TOUCH VERSI LOVE BUNGA CITRA LESTARI &
ASHRAF SINCLAIR**

Nama : Esti Setiowati

Nim : 44411010021

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual and Art Communications

Jakarta, 19 April 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Drs Dadan Iskandar, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Viacom.

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Drs Dadan Iskandar, M.Si)

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan atas rahmat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya bagi penulis sehingga skripsi yang berjudul **“Representasi Sensualitas Bunga Citra Lestari dalam Iklan Sabun Lux Soft Touch Versi Love Bunga Citra Lestari & Ashraf Sinclair”** dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi pada Program Studi Visual And Art Communication Fakultas Ilmu Komunikasi pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dengan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca yang memerlukannya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan, bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam mendorong dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Drs. Dadan Iskandar M.Si. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan dan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya serta tak henti-henti memberikan nasihat dan masukan-masukan yang tentunya sangat bermanfaat sekali bagi penulis tentang cara penulisan skripsi ini dengan benar sesuai dengan akademik.

2. Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Visual And Art Communication yang telah membagi ilmu dan membimbing penulis selama di perkuliahan.
5. Ibu saya tercinta dan kakak saya Dwi Ambarwati serta teman saya Widi yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materi, serta harapan dan doanya yang selalu mengiringi setiap langkah penulis dalam menjemput kesuksesan.
6. Teman-teman keluarga besar Visual And Art Communication angkatan 2011 yang selalu memberi dukungan baik secara langsung dan tidak langsung. Tidak lupa kepada Nana, Yurienne, Heni dan Nia yang selalu menemani dan membantu penulis, terima kasih atas segala-galanya dan Mega, Ulan, Kiki, yang telah memotivasi penulis. Kebaikan mereka tidak akan pernah penulis lupakan sampai kapanpun.

Demikian kata pengantar ini penulis buat sebagai maksud dan tujuan penulisan skripsi dan sebagai upaya ungkapan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang diberikan dan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Amin.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian.....	16
1.3. Tujuan Penelitian	16
1.4. Kegunaan Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Iklan.....	18
2.1.1 Pengertian Iklan.....	18
2.1.2 Fungsi Iklan.....	19
2.1.3 Klasifikasi Iklan.....	20
2.1.4 Iklan Televisi.....	22
2.1.5 Tanda dalam Iklan Televisi.....	25
2.1.6 Iklan sebagai Proses Pertukaran Tanda dan Makna	28
2.2 Kreatif Iklan.....	32
2.2.1 Konsep Kreatif atau Kreativitas Dalam Periklanan.....	32
2.2.2 Kreativitas Dalam Iklan Televisi.....	33
2.2.3 Strategi Kreatif	34
2.3 Ideologi.....	36
2.3.1 Feminisme	36
2.3.2 Gender	42
2.3.3 Kapitalisme	44
2.3.4 Konsumerisme	45
2.4 Tanda Dan Makna	46
2.4.1 Tanda	46
2.4.2 Makna	47
2.5 Semiotika	49
2.5.1 Semiotika Iklan.....	49
2.5.2 Semiotika Roland Barthes.....	50

2.6	Pesan Ikonik Terkodekan (Makna Konotatif)	54
2.7	Pesan Ikonik Tak Terkodekan (Makna Denotatif).....	55
2.8	Mitos.....	56
2.9	Love dan Romantisme.....	57
2.9.1	Cinta Romantis	57
2.9.2	Membina Hubungan	58
2.9.3	Meningkatkan Keharmonisan Keluarga	59
2.10	Komunikasi Verbal	59
2.11	Komunikasi Non Verbal.....	61
2.11.1	Ekspresi Wajah.....	61
2.11.2	Kontak Mata.....	63
2.11.3	Isyarat Tubuh.....	65
2.11.4	Sentuhan.....	67
2.12	Desain Iklan	69
2.12.1	Tipografi.....	71
2.12.2	Warna.....	73
2.13	Sensualitas	76
2.13.1	Karakteristik Sensualitas.....	79
2.13.2	Daya Tarik.....	81
2.13.3	Sensualitas Perempuan dalam Iklan	82
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		85
3.1	Paradigma Penelitian.....	85
3.2	Tipe Penelitian	87
3.3	Metode Penelitian.....	88
3.4	Unit Analisis	89
3.5	Teknik Pengumpulan Data	89
3.6	Teknik Analisis Data.....	90
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		91
4.1	Gambaran Umum Produk.....	91
4.2	Gambaran Iklan Lux Soft Touch Versi Love Bunga Citra Lestari & Ashraf Sinclair	99

4.3 Hasil Penelitian	101
4.3.1 Storyboard Iklan Lux Soft Touch Versi Love Bunga Citra Lestari dan Ashraf Sinclair	101
4.3.2 Storyline Iklan Lux Soft Touch Versi Love Bunga Citra Lestari dan Ashraf Sinclair.....	109
4.3.3 Analisis Iklan Lux Soft Touch Versi Love Bunga Citra Lestari dan Ashraf Sinclair.....	113
4.4 Pembahasan.....	133
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	147
5.1 Simpulan.....	147
5.2 Saran.....	148

