



**INTERPRETASI KHALAYAK TENTANG TUBUH IDEAL PEREMPUAN
DALAM IKLAN TELEVISI**

(Analisis Resepsi Makna Tubuh Pada Iklan WRP Versi “ Limited Edition ”)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Miftahul Jannah

44312120039

Marketing Communication dan Advertising

Universitas Mercubuana Menteng

2015



**BIDANG STUDI MARKETING
COMMUNICATION AND ADVERTISING
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK TENTANG TUBUH
IDEAL PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI
(Analisis Resepsi Makna Tubuh Pada Iklan WRP
versi “Limited Edition”)**

Nama : **MIFTAHUL JANAHA**

NIM : **44312120039**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Marketing Communication and Advertising**

Jakarta, 15 Agustus 2015

Mengetahui,

Pembimbing



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si,



**BIDANG STUDI MARKETING
COMMUNICATION AND ADVERTISING
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK TENTANG TUBUH
IDEAL PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI
(Analisis Resepsi Makna Tubuh Pada Iklan WRP
versi "Limited Edition")**

Nama : **MIFTAHUL JANAHA**

NIM : **44312120039**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

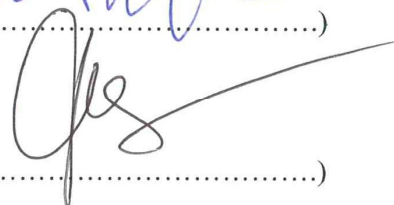
Bidang Studi : **Marketing Communication and Advertising**

Jakarta, 11 Agustus 2015

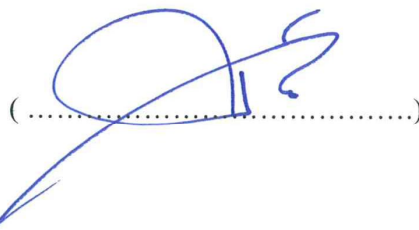
Ketua Sidang,
Dr. Ahmad Mulyana., M.Si

()

Penguji Ahli,
Ponco Budi Sulistyono, PhD

()

Pembimbing,
Dr. Farid Hamid Umarella., M.Si

()



**BIDANG STUDI MARKETING
COMMUNICATION AND ADVERTISING
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **INTERPRETASI KHALAYAK TENTANG TUBUH
IDEAL PEREMPUAN DALAM IKLAN TELEVISI
(Analisis Resepsi Makna Tubuh Pada Iklan WRP
versi "Limited Edition")**

Nama : **MIFTAHUL JANAHA**

NIM : **44312120039**

Fakultas : **Ilmu Komunikasi**

Bidang Studi : **Marketing Communication and Advertising**

Jakarta, 11 Agustus 2015

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing

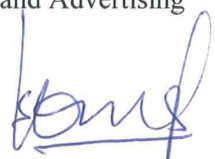

Dr. Farid Hamid Umarella., M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


Dr. Agustina Zubair., M.Si

Bidang Studi Marketing Communication
and Advertising


Dr Yoyoh Hereyah/ M.Si

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Assalamu Alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah .. puji dan syukur hanya untuk Allah SWT, tuhan semesta alam, atas karunia-nya yang selalu dicurahkan kepada kita semua. Shalawat serta salam semoga senantiasa tecurahkan pada Nabi besar junjungan kita, Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syari'at Islam kepada umat manusia.

Atas rahmat dan petunjuk Allah SWT. Akhirnya penulis bisa ,menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : **Interpretasi Khalayak Tentang Tubuh Ideal Perempuan Dalam Iklan Televisi Analisis Resepsi Makna Tubuh Pada Iklan WRP Versi “ Limited Edition “**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah skripsi dengan tujuan dapat mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Marketing Communication dan Advertising, pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana.

Pada kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan terima kepada semua pihak yang peduli dan membantu baik secara langsung atau tidak langsung hingga terselasaikannya skripsi ini. penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada pihak-pihak yang berperan besar dalam mewujudkan skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella M.si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, nasehat dan memberikan motivasi luar biasa agar penulis bisa menyelesaikan studi tepat waktu.
2. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si, selaku Kabid Studi Marcomm dan Advertising Universitas Mercu Buana telah dengan sabar memberikan pengertiannya.
3. Dosen-dosen pengajar Jurusan Marcomm dan advertising Universitas Mercu Buana, atas pengajarannya yang banyak memberikan wawasan pengetahuan yang penuh inspiratif.

4. Penulis mendedikasikan kepada kedua orang tua tercinta, ayah Zukarnein dan mama Siti Amsyiah, dan Adikku satu-satunya Haraya Fitriya Oktaviani. Terima kasih atas doa tulus yang tiada henti diebrikan, perhatian dan cinta yang senantiasa menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih kepada "kamu" yang namanya tidak bisa disebutkan yang tanpa sadar telah memberikan motivasi yang sangat berarti kepada penulis.
6. Terima kasih kepada Anggari, Ajeng, Ana, Evi dan Dyah yang sudah bersedia memberikan informasinya dan membantu penulis dalam mendapatkan data untuk penelitian ini.
7. Pihak-pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih dan jauh dari kesempurnaan. Namun penulis sudah berusaha menyusun penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik bagi penulis dan juga pembacanya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Agustus 2015

Penulis

Miftahul Janah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Iklan	11
2.2.1 Fungsi Iklan	12
2.2.2 Pendekatan Dalam Iklan	14
2.2.3 Iklan Televisi	15
2.2 Realitas Konstruksi Sosial.....	16
2.3 Perempuan Dalam Iklan Media	17
2.4 Tubuh Perempuan Dalam Iklan di Media	19
2.5 Teori Pemaknaan Khalayak	20
2.5.1 Cultural Studies Pengaruhnya Terhadap <i>Reception Analysis</i>	20
2.5.2 <i>Reception Analysis</i>	22
2.5.3 Proses <i>Encoding/Decoding Audience</i> Stuart Hall	25

2.6 Intergrasi Informasi Khalayak	30
BAB III : METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Metode Penelitian	34
3.4 Subjek Penelitian	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	39
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.2.1 Deskrofsi Informan	43
4.2.2 Gambaran Tubuh Ideal Dalam Iklan	46
4.2.3 Perilaku Informan Dalam Mengonsumsi Media	50
4.2.4 Seputar Iklan Dan Tubuh Perempuan	53
4.2.5 Interpretasi Khalayak Makna Pada Tubuh Perempuan Dalam Iklan	57
4.3 Pembahasan	67
BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	75
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	82
CV (Curriculum Vitae)	83