



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising
Miftahul Janah
4431212039

Interpretasi Khalayak Tentang Tubuh Ideal Perempuan
Dalam Iklan Televisi Analisis Resepsi Makna Tubuh Pada
Iklan WRP Versi “*Limited Edition*”.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana penerimaan khalayak memaknai pesan tubuh perempuan dari iklan televisi susu diet WRP versi “*Limited Edition*”. Pertanyaan utama dari penelitian adalah bagaimana khalayak memaknai fenomena iklan yang menampilkan sosok perempuan dalam sebuah iklan tersebut dan bagaimana kemudian khalayak mengartikan atau memaknai gambaran tubuh ideal perempuan.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui interpretasi dari khalayak mengenai konstruksi yang ditampilkan oleh perempuan dalam iklan susu diet wrp dengan postur tubuh yang secara visual menjadi dambaan para perempuan dan sejauh mana keterlibatan resepsi khalayak berperan menimbulkan makna terhadap pemahaman tentang tubuh ideal dalam benak khalayak. Pada iklan tersebut. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, analisis resepsi yang dilakukan dengan wawancara mendalam pada informan wanita berusia 19-35 tahun yang berdemografis di Jakarta dan Tangerang. sebagai metode untuk mencari data primer. Hasil dari penelitian mengacu kepada teori televisual Stuart Hall

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk penerimaan khalayak melalui analisis resepsi terhadap makna tubuh ideal pada iklan televisi susu diet WRP versi “*Limited Edition*” dikategorikan menjadi tiga posisi pemaknaan, yaitu (1) *dominant –hegemonic* mengenai penerimaan tentang pemahaman iklan WRP versi “*Limited Edition*” (2) *negotiated* tentang penerimaan gambaran tubuh ideal perempuan dalam iklan Tvc WRP dan (3) *opposition*. Tentang gambaran implikasi teoritis mengenai gambaran tubuh ideal. Secara keseluruhan, sebagai bagian dari *interpretative communities*, khalayak pada penelitian ini memahami wujud gambaran tubuh ideal sosok perempuan pada iklan susu diet WRP versi “*Limited Edition*” merupakan pemanfaatan kebutuhan produk dan trend seputar industri media. Penyebab lainnya adalah stereotype yang memberikan gambaran bahwa perempuan harus tampil cantik layaknya seperti digambarkan dalam iklan WRP versi “*Limited Edition*” .

Kata kunci: Analisis Resepsi dan Makna tubuh ideal perempuan