

# **“SUBYEK” PEREMPUAN DALAM IKLAN ROKOK**

**(Analisis semiotika representasi subyek perempuan dalam iklan televisi rokok Surya 16 versi Pemain Gitar, *Lost Symphony 1* dan *Lost Symphony 2*)**

## **SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh**

**DWI NOURMA HANDITO**

**20070530062**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :**

**Hari : Kamis**

**Tanggal : 13 Oktober 2011**

**Tempat : Ruang Rapat IK**

**Nilai :**

### **SUSUNAN TIM PENGUJI**

**Ketua**

**Ratna Noviani, M.Si, Ph.D**

**Penguji I**

**Penguji II**

**Firly Annisa, S.IP, MA**

**Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si**

**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)**

**Tanggal 13 Oktober 2011**

**Aswad Ishak, S.IP, M.Si**

**Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

## **HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/ menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaanya.

Dwi Nourma Handito

## **Motto**

***“Age is just a number but young is forever “***

***“Umur hanyalah angka tapi muda adalah selamanya”***

## HALAMAN PERSEMBAHAN

- **ALLAH SWT dan Nabi Muhammad SAW**
- **Kedua Orang Tuaku, Bapak Sumarno dan Ibu Astutiana yang selalu memberi dukungan, dorongan, motivasi, kepercayaan dan kasih sayang..i love you.....**
- **Kakak ku..Windri Ratna Rifianti, Adiku Pramuditya Paramahanindya, keponakanku Keiysa Lintang Prajnaparamitha dan Dentya Malini... dan seluruh Keluarga Besar ku..... I love you all.....**
- **Teman-teman komunikasi 2007, Maulana, Sony, Ihwan, Ibnu, Hasto, Pito, tante Nina, Putri, Andris, Yudha, Kokoh, Eri dan teman-teman semua komunikasi 2007.**
- **Kawan-kawan Release Photography Club UMY : Moko, Deny, Qirun, Mbendol, Pak iwan, Sidik, Mojo, Kirman, Jojo, Abank, Kopong, Gondrong, Ridwan, Dyna, Agnes, Nilam, Chandra, Ajeng, Winas, dan seluruh angkatan 1-10 RPC....tetap berkarya.....**
- **Dan buat teman-teman yang sudah memberikan semangat, doa, motivasi.....Thanks, Tetap semangat..!!**

## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr.Wb**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Hidayah, nikmat dan kasih sayang yang besar kepada kita semua. Shalawat dan salam kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta sahabat dan keluarga. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **“Subyek” Perempuan dalam Iklan Rokok** “ sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menghadapi beberapa kendala dan hambatan, namun berkat bimbingan, motivasi, dorongan moral maupun material dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segalanya, dan Nabi Muhammad SAW.
2. Bapak Ir.Dasron Hamid,Msc. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr.Achmad Nurmandi, M.Sc. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.S.i. Selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Ibu Ratna Noviani, M.Si, Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar dan teliti memberikan Ilmu, bimbingan, arahan, dan motivasi yang sangat berharga sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Firly Annisa, S.IP, M.A. selaku dosen pengguji I yang telah memberikan Kritik, Saran dan juga motivasi demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Bapak Fajar Junaedi. S.Sos, M.Si selaku dosen pengguji II yang telah memberikan Kritik, Saran dan juga motivasi demi kesempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
9. Seluruh Staf karyawan TU dan Perpustakaan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Pak Jono, Pak Muryadi, Mbak Siti dan Pak Yuni.

Penulis berharap Skripsi ini dapat memberikan sumbangan dalam keilmuan bidang Ilmu Komunikasi. Apabila terdapat kekurangan dalam skripsi ini, penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun untuk pembelajaran di kemudian hari.

**Wassalamualaikum, Wr. Wb**

Yogyakarta 13 Oktober 2011

**DWI NOURMA HANDITO**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. LATAR BELAKANGMASALAH</b> .....	1
<b>B. RUMUSAN MASALAH</b> .....	7
<b>C. TUJUAN PENELITIAN</b> .....	7
<b>D. MANFAAT PENELITIAN</b> .....	7
<b>E. KERANGKA TEORI</b> .....	8
1. Komunikasi sebagai Proses Produksi dan Pertukaran Makna..	8
2. Iklan sebagai Media Representasi.....	10
3. Gender dan Gerakan Feminisme dalam Media.....	13
4. Perempuan dalam Iklan.....	20



<b>F. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	25
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Obyek Penelitian.....	25
3. Teknik Pengumpulan Data.....	26
4. Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN</b>	
<b>A. IKLAN DAN POSTFEMINISME</b> .....	33
<b>BAB III “SUBYEK” PEREMPUAN DALAM IKLAN ROKOK</b>	
<b>A. PROFIL IKLAN TVC SURYA 16</b> .....	43
<b>B. ANALISIS</b> .....	49
1. Fashion.....	50
2. Center Stage.....	62
3. Partnership.....	71
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
<b>A. KESIMPULAN</b> .....	90
<b>B. SARAN</b> .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	95

## **DAFTAR TABEL**

<b>TABEL 1. TABEL TANDA KERJA BARTHES.....</b>	<b>29</b>
<b>TABEL 2 PENGAMBILAN GAMBAR.....</b>	<b>31</b>
<b>TABEL 3. KERJA KAMERA DAN TEKNIK PENYUNTINGAN.....</b>	<b>32</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR.1.1</b> Preview iklan versi Pemain Gitar.....	44
<b>GAMBAR 1.2</b> Preview iklan versi <i>Lost Symphony 1</i> .....	45
<b>GAMBAR 1.3</b> Preview iklan versi <i>Lost Symphony 2</i> .....	47
<b>GAMBAR 2.1</b> Potongan gambar Iklan versi pemain gitar.....	51
<b>GAMBAR 2.2</b> Potongan gambar iklan versi pemain gitar.....	51
<b>GAMBAR 2.3</b> Potongan gambar iklan versi pemain gitar.....	52
<b>GAMBAR 2.4</b> Potongan gambar iklan versi pemain gitar.....	55
<b>GAMBAR 2.5</b> Potongan gambar iklan versi pemain gitar.....	55
<b>GAMBAR 3.1</b> Potongan gambar iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	57
<b>GAMBAR 3.2</b> Potongan gambar iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	57
<b>GAMBAR 3.3</b> Potongan gambar iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	59
<b>GAMBAR 4.1</b> Potongan gambar Iklan versi pemain gitar.....	62
<b>GAMBAR 4.2</b> Potongan gambar Iklan versi pemain gitar.....	62
<b>GAMBAR 4.3</b> Potongan gambar Iklan versi pemain gitar.....	62
<b>GAMBAR 4.4</b> Potongan gambar Iklan versi pemain gitar.....	63
<b>GAMBAR 5.1</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 1</i> .....	71
<b>GAMBAR 5.2</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 1</i> .....	72
<b>GAMBAR 5.3</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 1</i> .....	72
<b>GAMBAR 5.4</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 1</i> .....	72

<b>GAMBAR 5.5</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 1</i> .....	75
<b>GAMBAR 6.1</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	77
<b>GAMBAR 6.2</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	78
<b>GAMBAR 6.3</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	78
<b>GAMBAR 6.4</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	78
<b>GAMBAR 6.5</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	80
<b>GAMBAR 6.6</b> Potongan gambar Iklan versi <i>lost symphony 2</i> .....	81

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Dwi Nourma Handito**

**20070530062**

**“Subyek” Perempuan dalam Iklan Rokok**

**Tahun Skripsi : 2011,98 Halaman**

**Daftar Pustaka : 30 Buku + 2 sumber internet**

Penelitian ini menganalisis bagaimana “subyek” perempuan di posisikan dan digambarkan dalam iklan rokok Surya 16 versi pemain gitar, *Lost Symphony 1* dan *Lost Symphony 2*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna pesan yang terkandung dalam iklan rokok Surya 16 dan untuk mengetahui bagaimana perempuan di posisikan dalam iklan rokok Surya 16.

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika, semiotika yang dipakai dalam penelitian ini adalah semiotika menurut Roland Barthes. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bagaimana perempuan diposisikan dan digambarkan, subyek perempuan sudah digambarkan dengan sedikit berbeda dari pada iklan-iklan yang lain, dan tidak ditemui penggambaran “tradisional” perempuan ataupun seksualitas yang berlebihan dan lebih menggambarkan bahwa sebenarnya perempuan bisa sejajar dengan laki-laki. Namun masih ada hal-hal yang memperlihatkan bagaimana peran laki-laki atau hal-hal yang bersifat patriarkial dalam membangun perempuan menjadi subyek.

**Kata Kunci : Semiotika, Iklan, Perempuan**

## ABSTRACT

*University of Muhammadiyah Yogyakarta*

*Faculty of Social and Political Science*

*Department of Communication Science*

*Concentration of Advertising*

*Dwi Nourma Handito*

*20070530062*

*“Subject” Women In Cigarette Ads*

*Thesis Year: 2011,98 pages*

*Bibliography: 32 Books + 2 Internet sources*

*This research analyzed how the "subject" of women in the position depicted in Surya 16 cigarette ads version of a guitar player, Lost Symphony 1 and Lost Symphony 2. The purpose of this research was to determine the meaning of the message contained in Surya 16 cigarette ads and to find out how women in the position in the Surya 16 cigarette ads.*

*The research method used in this research is a qualitative which is using analysis of semiotics, semiotics method used in this research is semiotics by Roland Barthes. The results of this study is to show how women are positioned and to represent, in female subjects has been described a little differently than the other ads, and these were depictions of "traditional" women's sexuality or excessive, and further illustrates that real women can be equal with man. But there are still things that show how the roles of men or things that are patriarchal in building the subject of women.*

**Key Words: Semiotics, Ads, Women**