

STEREOTIPE TERHADAP PEREMPUAN DALAM IKLAN

**(Analisis Semiotik dalam Iklan Citra Beauty Lotion Versi "perpustakaan" dan
Iklan Masako Versi "nggak bisa masak")**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana S-1



Disusun oleh:

EMILIANA MAULIDA

(2000 053 0170)

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2004**

MOTTO

Apa yang berasal dari hati, selalu menyentuh hati

By Don Silbert

*Ingatlah duka selagi suka, Ingatlah duka tak selamanya ada
Duka dan suka akan selalu berganti, sampai suatu saat nanti kan berhenti*

By me

*Yang paling indah dari seseorang adalah ketulusannya, karena ketulusan merupakan
hal termahal yang bisa diberikan seseorang kepada orang lain*

By me

*Hal yang tersulit ketika seseorang dipuncak kesuksesan, bukanlah
mempertahkannya, melainkan untuk menjadi tidak sombong*

By me

Be optimist, full of love and down to earth

By me

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan dari hati untuk orang-orang terkasih:

- ❁ Buat Bapakku tercinta Zainal Muttaqin, S.Ag., *thanks to be my inspirate.*
- ❁ Buat Ibuku tercinta Sueni, doa dan restumu selalu ananda harap dalam setiap langkah ananda, karena tanpa itu semua, segala sukses bukanlah milik ananda.
- ❁ Buat adikku tersayang M. Ilmawan, semoga kamu lekas menemukan jati dirimu, kakakmu disini selalu berdoa dan berharap yang terbaik buatmu.
- ❁ Buat adikku tersayang M. Faiz Nugroho, jadilah selalu kebanggaan orang tuamu, karena begitulah kamu membahagiakan mereka. *I love u all, and will always love u.*
- ❁ Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'allaikum wr, wb

Alhamdulillahirrabil alamin, puji syukur atas kehadiran Allah swt, yang telah menjadi pembimbing sejatiku dalam setiap langkah serta memberi ketenangan batin dan kekuatan sehingga saya selaku penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tak lupa pula shalawat dan salam kuhaturkan pada nabi Muhammad saw yang telah membawa wahyu dan menjadi suri tauladan bagi umat manusia di Dunia.

Sebagaimana diketahui bersama, masalah gender merupakan masalah umat manusia sepanjang masa yang belum ada penyelesaiannya, melalui skripsi dengan judul STEREOTIPE TERHADAP PEREMPUAN DALAM IKLAN ini, dimana didalamnya banyak membahas tentang bagaimana praktek *labeling* terhadap perempuan di media massa khususnya televisi. Penulis sangat berharap semoga tulisan ini dapat berguna bagi yang membacanya, setidaknya menambah pengetahuan tentang gender, karena stereotipisasi terhadap perempuan merupakan salah satu manifestasi dari ketidakadilan akibat bias gender. Apabila ada kelebihan dalam tulisan ini, hal tersebut tidak lain karena petunjuk Allah semata dan kekurangannya merupakan kehilangan dari penulis yang tidak lain hanyalah manusia biasa yang tidak luput dari lupa dan dosa.

Atas bantuan dan dukungan baik berupa moril, materiil maupun doa dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terwujud. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang takterhingga kepada:

1. Ibu Tri Hastuti Nur Rochimah, S.sos. M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan pembimbing, terimakasih atas kebaikan, bimbingan dan pengarahan yang ibu berikan.
2. Bapak Zuhdan Aziz, S.IP. dan Bapak Fajar Djunaedi, S.IP. selaku dosen penguji skripsi.
3. Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP. M.Si. selaku DPA, terimakasih atas bimbingannya.
4. Seluruh dosen dan staf, yang telah membantu proses belajar saya selama menjadi mahasiswa di UMY.
5. Bapak dan Ibu, *I feel, I am the luckiest daughter cause have parents like you.*
6. Adik-adikku, Iwan dan Faiz, gunakan masa muda kalian hanya untuk hal-hal terbaik, *prove that u can be the best* OK. Makasih ya... doanya, *I love u all.*
7. Mbah Daryunah sekeluarga di Tegal dan Mbah Maryam sekeluarga di Pekalongan, terimakasih atas segala doa dan restunya, semoga Mbah sekeluarga panjang umur, sehat walafiat, murah rejeki dan selalu dalam lindungan-Nya.

8. Dan, untuk seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih banyak atas dorongan dan bantuannya.

Akhir kata, penulis sangat berharap kritik dan saran yang konstruktif dari segala pihak, untuk perbaikan lebih lanjut, karena penulis menyadari bahwa tulisannya masih jauh dari sempurna.

Yogyakarta, 27 September 2004

Penulis

LIA THANKS TO...

Nggak lupa juga Lia mo ngucapin makasih makasih makasih1000 juta X, buat temen-temen yang udah ikut ngedoain en kasih suport buat Lia, sampe' skripsi ini selesai dengan baik. Juga buat orang-orang yang masih ada or pernah ada dihidup Lia. *My special thank's is for my GANK, they are;* Dania "bohail" thanks banget ya... loe emang temen en yayang gw yang paling setia tenang aja Dan sometimes pasti gw sembuh juga he..he..he...(gak ding b'canda gw masih sehat wal afiat kok), Dewi "G" kakaku yang baik jangan cepet nyerah ya...semangat donk friend kita semua kangen Dewi yang "dulu", Edo "endang" biarpun loe bawel-wel-wel en kadang nyebelin tapi ngangenin juga thanks banget friend suportnya, Tina "amoy" besok-besok kita masih bisa centil-centilan lagi gak ya...??? Kalian semua emang temen-temen terbaik yang pernah gw punyai sepanjang sejarah hidup gw en *I hope we will always be friends forever, coz I love u all.* Juga buat The Boys-nya; Doni, Jopra en Papi Aries moga-moga kalian semua langgeng-langgeng aja sampai tua en peot. Buat exs kost Kota Batik; Dutonk en M' Tatik, Wewes, Udin, Yudist, *thanks friends to be my brothers.* Buat temen-temen kampus; Detty en Reno, Novi, Yudi, Agus, Nia en Wulan *Sisters*, dkk. Buat anak-anak KANAKA kost; Dj en Alfa, Hindie en Didiet, Nika en Mas Azenknya, Rika, M' Tika, Anggie, Otie, Iis, Cici, Dinda, Wulan, Sari, Trie lies, Casey en exs KANAKA kayak Sita Tayang "istriku" en M' Bayu, M' Trie, Tarie en Hendi, Arieng en Kiki, Ayu. Buat eks ibu kostku en keluarganya di jalan Solo, ibu emang ibu kost terbaik yang pernah Lia temuin. Buat tetangga-tetanggaku dirumah; Nita, Rina, Dek Irma, Dek Aan, Piyan, dkk. Buat temen-temen SMA; Lilik, Rudi, Ulfi "*where are u girl ?*", atrie di surga, erna, dkk. Buat keluarga besar 40-an, thanks udah ngasih kita-kita tumpangan buat nge-Bass-Camp; M' Vitto kapan ya.. kita curhat-curhatan lagi ?, M' Kiki, M' Toni, M' Erit, M' Ning, Bimo, dkk. Buat anak-anak exs kost Bu Yuni; M' Yantie, M' Pipiet, Hanny Bunny Sweety Monkey, Arie, Een, Irma (akhirnya gw lolos juga) dkk. Buat M' Dewi makasih banget ya mbak atas pinjeman bukunya gak tahu deh kalau gak ada M' Dewi pasti gw boros banget (he...he...he...dasar gak modal!!!). Buat temen-temen di SAMURAI PRO; M' Bram en M' Anto makasih ya... atas job-job-nya besok-besok kabar-kabarin lagi ya...he3,

buat Dewi thaks ya atas info-infonya, Cici,dkk. Buat my "*exs files*" yang nggak bisa gw sebutin satu-persatu (he...he...he...kayak banyak aja!?!?) thanks banget udah ngwarnain hidup gw meski gak semua warnanya indah tapi buat gw itu proses hidup yang gak perlu disesalin en diratapin, thanks guy's. buat kakaku M' Ari, M' Vera, si centil Chandra en si kecil Reva... tante kangen banget deh. Nggak lupa juga buat *Soul-Mate* gw (yang belum ketemu), siapapun loe en dimanapun loe, gw yakin loe pasti hadiah terindah dari Tuhan yang dikirim buat nemenin en jadi patner gw sampai akhir hayat gw (ceile... sok romantis...he...he...he). En thanks juga buat semua makhluk Allah yang cinta ama gw (dedemit, genderuwo, nenek hantu, kambing tetangga, kucing , tikus, semut2 en kecoa yang selalu setia nemenin gw). Juga buat semua pihak yang belum sempet disebut. *Thank's God for give me best exsperience in my life.*

DAFTAR ISI

- HALAMAN JUDUL.....	i
- HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
- HALAMAN MOTTO.....	iii
- HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
- KATA PENGANTAR.....	v
- DAFTAR ISI.....	x
- ABSTRAKSI.....	xii
- BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kerangka Teori.....	6
1. Komunikasi Sebagai Produksi Pesan.....	6
2. Konstruksi Realitas Sosial dalam Iklan.....	9
3. Pembagian Kerja Seksual.....	14
4. Bentuk Ketidakadilan Terhadap Perempuan.....	16
5. Perempuan dan Media.....	19
E. Metode Penelitian.....	23
1. Metode Semiotika.....	23
2. Teknik Pengumpulan Data.....	27

3. Tehnik analisis Data.....	27
- BAB II HEGEMONI BUDAYA DALAM IKLAN.....	32
A. Hegemoni Budaya.....	32
B. Iklan Sebagai Media Hegemoni.....	36
C. Ideologi Patriarkhi.....	44
D. Citra Stereotipe.....	47
- BAB III PROFILE PERUSAHAAN.....	51
A. PT. Unilever Indonesia Tbk.....	51
B. PT. Ajinomoto Indonesia.....	56
- BAB IV STEREOTIPE TERHADAP PEREMPUAN DALAM IKLAN...	60
A. Iklan Citra Beauty Lotion Versi "perpustakaan".....	61
1. Aspek Visual Iklan pada Televisi.....	61
2. Aspek Audio	65.
3. Analisis Iklan.....	66
B. Iklan Masako Versi "nggak bisa masak".....	81
1. Aspek Visual Iklan pada Televisi.....	81
2. Aspek Audio	84
3. Analisis Iklan.....	85
- BAB V PENUTUP.....	101
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran.....	102
- DAFTAR PUSTAKA.....	106