

BAB II

IKLAN DAN ETIKA

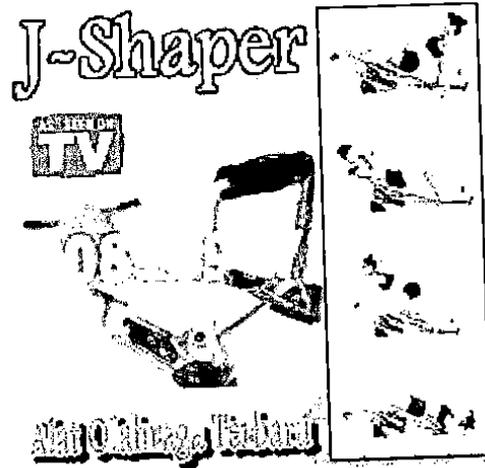
A. Fenomena Seksualitas pada Iklan di Indonesia

Setiap hari masyarakat kita selalu dihadapkan dengan iklan dan iklan, mulai bangun tidur, jalan-jalan, pergi ke kantor sampai menjelang istirahat-pun masyarakat selalu dipertemukan dengan iklan. Iklan sudah bertebaran dimana-mana mulai radio, koran bahkan ketika kita berhenti di lampu merah-pun ada iklan. Dari berbagai media yang ada, harus diakui bersama-sama bahwa televisi merupakan media iklan yang paling efektif dalam menyampaikan iklan.

Berbicara industri periklanan di Indonesia maka tidak bisa dilepaskan dari unsur seksualitas di dalamnya, hal ini dikarenakan iklan tahu bahwa masyarakat kita adalah masyarakat yang sangat mudah untuk dipengaruhi atau digoda oleh berbagai hal yang berbau seksual dan erotis.

Beberapa contoh iklan yang berbau seksual, erotis dan vulgar, antara lain :

1. *Alat Pembentuk Tubuh J-Shaper* : Menurut KPI iklan produk kesehatan ini melanggar norma kesopanan. Terlalu mengekspos tubuh wanita yang berpakaian minim, kurang layak bila dilihat jutaan penonton televisi. Selain kurang sopan iklan Jaco Home Shopping memiliki durasi yang sangat lama. Setiap iklan bebas menentukan durasi, namun hendaknya diperhatikan jangan sampai membuat penonton bosan atau mengganggu tayangan lain (www.pppi.or.id, diakses tanggal 28/07/2013).



Gambar 1 : alat peraga J-Shaper

2. *Pompa Air Shimizu* : Iklan pompa air dengan unsur SARA yang melanggar norma kesopanan. Dalam iklan terdapat adegan seorang wanita yang mencari obat kuat, namun dia ditawari pompa air. Kemudian dengan wajah menggoda wanita tadi disirami air oleh pasangannya. Dikhawatirkan para penonton khususnya anak-anak dan remaja berpikiran kotor setelah melihat tayangan ini.



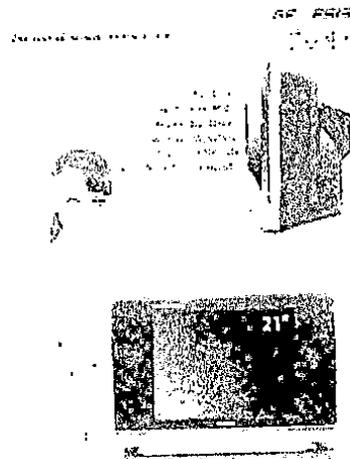
Gambar 2 : Bintang iklan shimuzu yang diguyur dengan air

3. *Segar Sari Susu Soda* : iklan yang dibintangi Julia Perez ini memang benar-benar menampilkan bagaimana nikmatnya susu dalam produk ini seolah-olah sama dengan susu dari Julia Perez. Bahkan ada kalimat yang tidak layak untuk di konsumsi oleh



Gambar 3: Aksi Julia Perez yang menunjukkan salah satu bagian tubuhnya

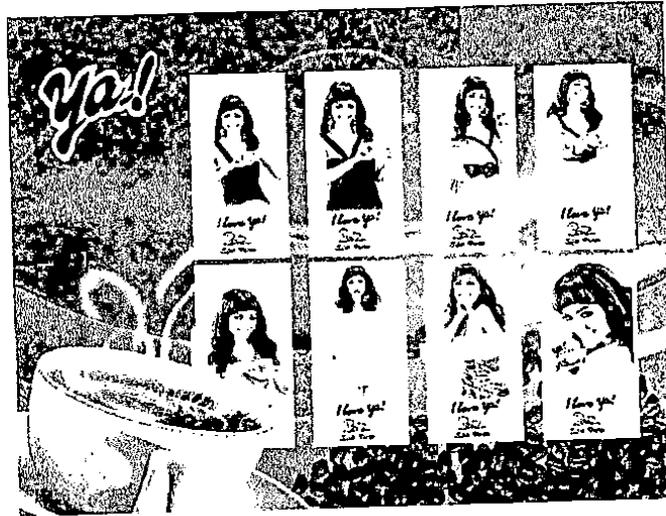
4. *Vitron* : iklan Vitron versi Julia Perez ini mengumbar erotisme yang tinggi seperti mau cari “kepuasan” beli Vitron bahkan diakhir iklan ada pengulangan kata yang tidak layak untuk ditonton oleh anak-anak, seperti “puas dan puas lagi”.



Gambar 4 : Julia Perez dengan salah satu produk dari Vitron

5. *Kopi Susu Ya* : lagi-lagi dengan dibintangi Julia Perez produk ini benar-benar bermuatan erotis dan memiliki kandungan seksualitas yang tinggi. Seperti ada kata

tidak layak untuk ditonton oleh anak-anak atau remaja. Karena bisa menimbulkan pikiran-pikiran yang tidak baik.



Gambar 5 : Julia Perez berpose seksi dengan produk kopi YA

Lima iklan diatas hanya contoh kecil dari sekian banyak fenomena iklan di Indonesia yang berbau seksualitas dan erotisme. Sehingga memang dibutuhkan penanganan dari berbagai pihak terutama KPI selaku pengawas semua jenis penyiaran di Indonesia.

B. Geliat Iklan Axe di Indonesia

Iklan Axe di Indonesia memang menimbulkan kontroversi tersendiri sejak awal kemuncullannya. Hal ini terbukti dari apa yang dilakukan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat yang memberikan sanksi administratif kepada 5 stasiun televisi swasta yaitu Global TV, TV One, Indosiar, Trans TV, SCTV.

Iklan tersebut telah melanggar Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3 dan SPS) karena menayangkan adegan yang menimbulkan kesan seorang pria telah melakukan hubungan intim dengan bidadari. Adegan ini terlihat dari penayangan adegan bidadari yang mengeringkan sayapnya dan sang pria tampak sehabis mandi

Keluhan tentang iklan Axe ini tidak hanya datang dari Indonesia tetapi di Afrika Selatan juga melakukan hal yang sama yaitu iklan Axe yang memperlihatkan para malaikat jatuh dari surga karena tertarik pada seorang pria yang pakai Axe ini telah dilarang di Afrika Selatan karena dinilai menghina penganut Kristen. (Daily Mail)

Sebuah iklan yang memperlihatkan para malaikat jatuh dari surga karena tertarik pada deodoran seorang pria dilarang di Afrika Selatan. Para pembuat kebijakan di sana memutuskan, iklan itu bisa menyinggung orang Kristen. Iklan komersial berdurasi 60 detik itu menggambarkan sekelompok malaikat perempuan muda yang berpakaian provokatif turun ke bumi, tampaknya di sebuah kota di Italia. Warga setempat yang terkejut kemudian menonton dengan takjub saat para perempuan yang punya halo (bulatan cahaya) di atas kepalanya itu berjalan menuju ke seorang pemuda yang sedang mempersiapkan diri untuk naik vespanya.

Pada bagian akhir ada adegan yang menunjukkan para malaikat perempuan itu menghancurkan halo mereka ke lantai saat mereka mendekati pria itu, yang dikatakan telah mengenakan deodoran Axe. Tulisan di akhir iklan itu terbaca, "Bahkan para malaikat pun akan jatuh".

Iklan Axe telah menjadi sebuah subyek penyelidikan Otoritas Standar Periklanan (ASA) Afrika Selatan menyusul keluhan dari seorang penganut Kristen. Si pengadu, seorang laki-laki, mengatakan kepada ASA, ia marah oleh sugesti bahwa utusan Tuhan secara harafiah bisa jatuh demi seorang pria, hanya karena aroma deodoran pria itu. Akhirnya ASA memutuskan bahwa iklan tersebut dilarang untuk beredar karena emungkinan akan membuat tersinggung orang lain. Dalam keputusannya, ASA mengatakan, penggambaran tentang malaikat yang kehilangan kesalehannya bisa

Berbagai kontroversi yang di munculkan oleh iklan Axe memang cukup miris, tetapi ada satu hal yang menarik dari iklan Axe ini yaitu bahwa sosok perempuan tida lagi digambarkan sebagai perempuan lemah dan tidak berdaya, tetapi perempuan dalam iklan Axe ini benar-benar menunjukkan agresivitas yang tinggi.



Gambar 6 : Para Model dalam Axe yang menunjukkan wajah agresif dan bernafsu.

Perempuan-perempuan dalam iklan produk axe memang keluar dari pemikiran umum di masyarakat, dan seola-olah menunjukkan bahwa bukan saatnya perempuan diam tapi perempuan harus bergerak untuk mendapatkan kaum adam.

C. Melihat Kitab Etika Pariwisata Indonesia (EPI)

Berbagai geliat dari iklan Axe indonesia bila dikaitkan dengan EPI maka berhubungan atau bisa saja melanggar ketentuan tata krama periklanan antara lain poin :

1.2.1 Iklan harus disajikan dalam bahasa yang bisa dipahami oleh khalayak sarannya dan tidak menggunakan persandian (enkripsi) yang dapat menimbulkan penafsiran

- 1.26 Pornografi dan pornoaksi, iklan tidak boleh mengeksploitasi erotisme dan seksualitas dengan cara apa pun dan untuk tujuan atau alasan apapun.
- 2.7.1 Iklan harus sesuai dengan indikasi jenis produk yang disetujui oleh Departemen Kesehatan RI atau badan yang berwenang untuk itu.
- 2.7.2 Iklan tidak boleh menjanjikan hasil mutlak seketika, jika ternyata penggunaannya harus dilakukan secara teratur dan terus menerus.
- 2.7.3 Iklan tidak boleh menawarkan hasil yang sebenarnya berada di luar kemampuan produk kosmetika.
- 2.8.1 Iklan harus sesuai dengan jenis produk yang disetujui Departemen Kesehatan RI atau badan yang berwenang untuk itu.
- 2.8.2 Iklan kondom, pembalut wanita, pewangi atau deodoran khusus dan produk-produk yang bersifat intim lainnya harus ditampilkan dengan selera yang pantas dan pada waktu penyiaran yang khusus untuk orang dewasa
- 3.2 Iklan tidak boleh melecehkan, mengeksploitasi, mengobayekkan, atau mengornamenkan perempuan sehingga memberi kesan yang merendahkan kodrat, harkat dan martabat mereka.