

02082013,  
174/FISIP/2013

LAPORAN PENELITIAN KEMITRAAN



MEMBUKA TABIR SEKSUALITAS IKLAN DI INDONESIA :  
Analisis Semiotika pada Iklan Axe Indonesia versi Bidadari Tahun 2012

Oleh :

Ketua

Filosa Gita Sukmono, S.Ikom, M.A (NIP 163 105)

Anggota

Holy Lathifa Algania

(NIM 20120530226)

Rizal Rusyady

(NIM 20120530275)

DIAJUKAN KE LP3M UMY UNTUK  
HIBAH PENELITIAN KEMITRAAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

TAHUN 2013

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Membuka Tabir Seksualitas Iklan di Indonesia, Analisis Semiotika pada Iklan Axe Indonesia versi Bidadari 2012
2. Bidang : Media dan Komunikasi
3. Ketua Tim Pengusul :
- a. Nama Lengkap : Filosa Gita Sukmono, S.Ikom, M.A
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki
- c. NIK : 163 105
- d. Disiplin Ilmu : Komunikasi
- e. Pangkat/Golongan : IIIb
- f. Jabatan : -
- g. Fakultas/Jurusan : ISIPOL/Ilmu Komunikasi
- h. Alamat : Jl. Lingkar Barat, Tamantirto, Kasihan, Bantul
- i. Telp/Fax : 0274387656 ext. 201/Fax 0274387646
- j. Alamat Rumah : Jongke Lor RT 02 RW 26, Sendangadi, Sleman, DIY
- k. Telp/Fax : 085293932429
- l. E-mail : filosa2009@gmail.com
4. Jumlah Anggota Tim : 2
- Nama Anggota Tim : 1. Holy Lathifa Algania  
2. Rizal Rusyady
5. Waktu Program : 5 bulan
6. Biaya penelitian : Rp. 3. 500.000, 00

Yogyakarta, 31 Juli 2013

Mengetahui  
Dekan Fakultas ISIPOL UMY



Ali Muhammad, S.IP, M.A, Ph.d  
NIP. 19710731.200501.1001

Ketua Tim Pengusul

Filosa Gita Sukmono, S.Ikom, M.A  
NIP 163 105

Mengetahui

Kepala LP3M Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hilman Latief, S.Ag, M.A, Ph.D  
NIP 113 033

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
ABSTRAKSI .....	iii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Kerangka Teoritis .....	7
E. Metode Penelitian .....	9
F. Jadwal Pelaksanaan .....	12
<b>BAB II IKLAN DAN ETIKA .....</b>	<b>13</b>
A. Fenomena Seksualitas pada Iklan di Indonesia .....	13
B. Geliat Iklan Axe di Indonesia .....	16
C. Melihat Kitab Etika Pariwara Indonesia .....	18
<b>BAB III ARTIKULASI SEKSUALITAS DALAM IKLAN AXE VERSI BIDADARI .....</b>	<b>20</b>
A. Denotasi Iklan Axe versi Bidadari .....	21
B. Konotasi Iklan Axe versi Bidadari .....	23
C. Informasi Seksual dalam Iklan Axe versi Bidadari .....	25
D. Mitos dalam Iklan Axe versi Bidadari .....	26
<b>BAB IV KESIMPULAN .....</b>	<b>28</b>
A. Terbukanya Tabir Seksualitas di Indonesia .....	29
B. Pelanggaran EPI oleh Iklan Axe versi Bidadari 2012 .....	29
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>31</b>

## Abstraksi

Membicarakan seksualitas masih merupakan hal yang tabu dan kurang baik. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh kapitalisme lewat iklan untuk memberikan unsur-unsur seksualitas pada tayangan iklannya. Seperti pemaparan Michel Foucault bahwa ketika seks itu ditekan atau mengalami represi maka segala sesuatu tentang seks bisa dijadikan sebuah komoditas.

Penelitian ini melihat artikulasi seksualitas dalam iklan Axe Indonesia versi Bidadari (Luna Maya, Uli Auliani, VJ Marrisa dan Chantal D Concetta) yang muncul di awal tahun 2012. Untuk mengetahui artikulasi seksualitas dalam iklan tersebut peneliti menggunakan analisis semiotika untuk membongkarnya.

Iklan Axe Indonesia dipilih, karena iklan ini selalu menghiasi setiap acara di televisi di awal tahun 2012. Bahkan iklan ini selalu muncul di jam-jam utama yang ditonton oleh semua umur. Selain itu diawal kemunculannya iklan ini banyak menuai protes dan kontroversi, karena tampilan audio dan visual dalam iklan tersebut seperti tanpa sensor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan Axe versi Bidadari 2012 benar-benar menggunakan seksualitas untuk merayu konsumennya. Selain itu iklan ini melahirkan sebuah mitos tentang perempuan nakal, penggoda, agresif dan pelayan pria. Yang jika ditayangkan terus menerus bisa membahayakan karakter bangsa serta citra perempuan Indonesia dimasa yang akan datang.

Pastinya jika dihubungkan dengan Kitab Etika Pariwisata Indonesia (EPI), maka melanggar lima poin dalam EPI yaitu 1.26, 2.7.2, 2.7.3, 3.2, 3.3.3. Dimana salah satunya poinnya iklan ini terlalu mengeksploitasi seksualitas dan erotisme.