

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

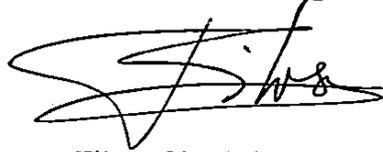
1. Judul : Membuka Tabir Seksualitas Iklan di Indonesia, Analisis Semiotika pada Iklan Axe Indonesia versi Bidadari 2012
2. Bidang : Media dan Komunikasi
3. Ketua Tim Pengusul :
- a. Nama Lengkap : Filosa Gita Sukmono, S.Ikom, M.A
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIK : 163 105
 - d. Disiplin Ilmu : 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



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
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kerangka Teoritis	7
E. Metode Penelitian	9
F. Jadwal Pelaksanaan	12
BAB II IKLAN DAN ETIKA	13
A. Fenomena Seksualitas pada Iklan di Indonesia	13
B. Geliat Iklan Axe di Indonesia	16
C. Melihat Kitab Etika Pariwara Indonesia	18
BAB III ARTIKULASI SEKSUALITAS DALAM IKLAN AXE VERSI BIDADARI	20
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
BAB IV KESIMPULAN	28
A. Terbukanya Tabir Seksualitas di Indonesia	29
B. Pelanggaran EPI oleh Iklan Axe versi Bidadari 2012	29
DAFTAR PUSTAKA	31

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 Pariwara 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.