

ANALISIS PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP KONSTRUKSI TUBUH DALAM IKLAN WRP

*Public Acceptance analysis of the Construction the Body in the WRP ad.
(Reception Analysis and Analysis Semiotika)*

SKRIPSI



Disusun Oleh :

**ANINDHITYA MINATI CLARA KUNCARA
20080530023**

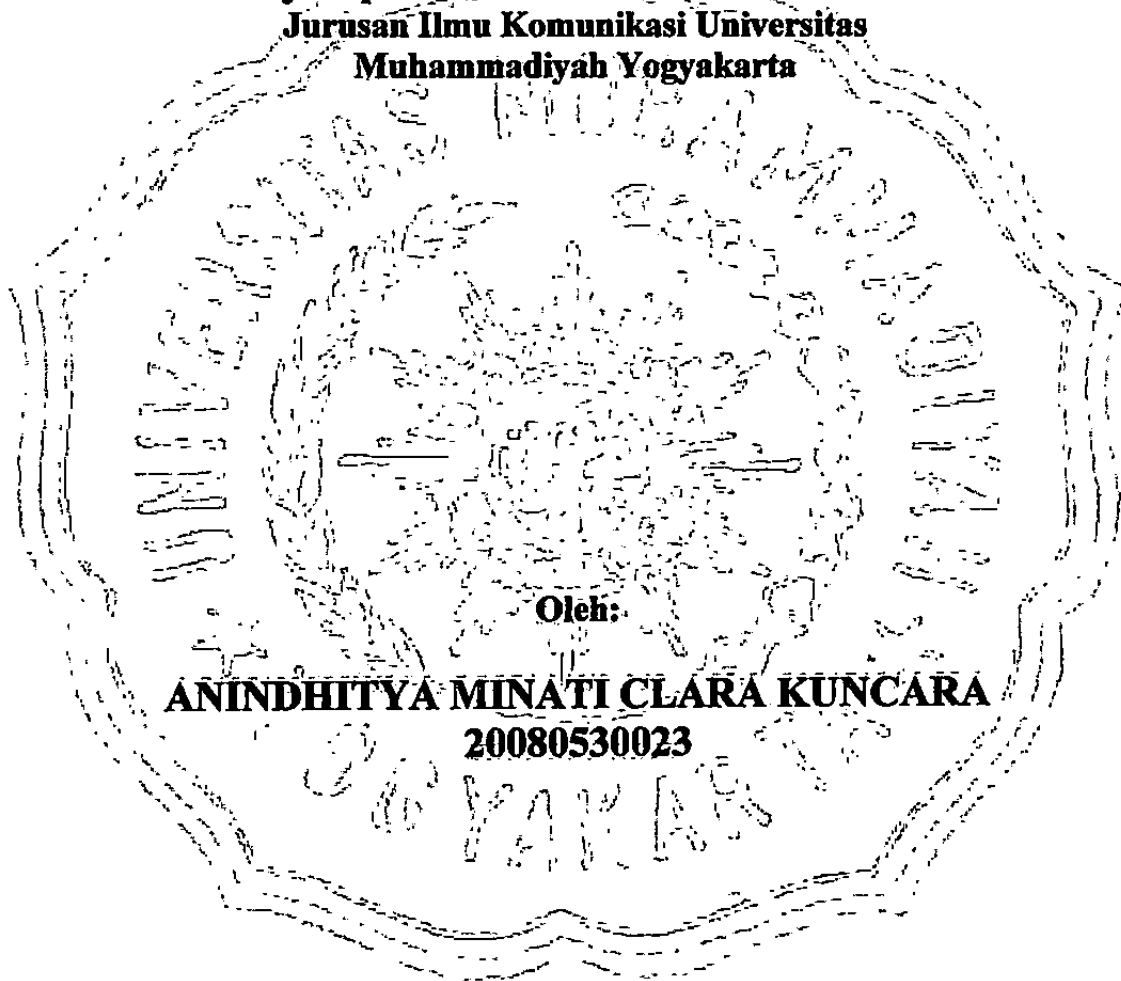
**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

ANALISIS PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP KONSTRUKSI TUBUH DALAM IKLAN WRP

*Public Acceptance analysis of the Construction the Body in the WRP ad.
(Réception Analysis and Analysis Semiotika)*

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas
Muhammadiyah Yogyakarta**



Oleh:

**ANINDHITYA MINATI CLARA KUNCARA
20080530023**

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

HALAMAN PENGESAHAN

Telah dipertahankan dan disahkan di hadapan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 18 November 2013
Tempat : Ruang Dosen IK
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Firly Annisa, S.IP., MA.

Penguji I

Filosa Gita Sukmono., S.Ikom., M.A

Penguji II

Frizki Yulianti Nurnisya, SIP., M.Si

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

Tanggal 18 November 2013

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2013

PERNYATAAN

Dengan ini, saya :

Nama : Anindhitya Minati Clara Kuncara

Nomor Mahasiswa : 20080530023

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP KONSTRUKSI TUBUH DALAM IKLAN WRP”**

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Yang menyatakan

Anindhitya Minati Clara Kuncara

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

*Ayahanda dan Ibunda tercinta yang dalam setiap helaan nafas dan untaian indah
doanya, namaku disebut...*

Suamiku dan Calon Buah Hatiku yang selalu menjadi semangatku...

*Setiap orang yang berkontribusi penting dalam hidupku yang membuatku tumbuh
menjadi pribadi yang Semakin kuat dan dewasa...*

Demikianlah, semoga...

KATA PENGANTAR

Assalmu'alikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan karunia-Nya juaalah penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENERIMAAN KHALAYAK TERHADAP KONSTRUKSI TUBUH DALAM IKLAN WRP”**.

Penulisan skripsi ini penulis susun dalam rangka penelitian guna menyelesaikan studi program strata satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini terwujud berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak:

1. Ibu Firly Annisa, S.IP.,M.A., Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta berbagai saran dan masukan yang sangat berarti selama penulisan skripsi ini berlangsung.
2. Seluruh Dosen khususnya yang ada di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan selama ini.
3. Kedua orangtuaku: Ayahku Kuntoro Arianto dan Ibu Endah Yuni P tercinta yang

4. Mertuaku: Bapakku Warjono Ahmad Santoso dan Ibu Sri Eriyanti yang selama ini juga memberikan dukungan, dorongan dan semangat kepada penulis agar bersemangat menyelesaikan studi.
5. Babe Mulyono yang selalu setia memberikan wejangan, masukan, saran, kritik, dukungan dan semangat kepada penulis terutama saat-saat ketika penulis mengalami *turbulance* selama penulisan skripsi ini berlangsung. *Long Life Education!*
6. Rizqi Fauzi, seseorang yang spesial (suami terkasih) yang selalu setia memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga senantiasa bersemangat untuk meneruskan skripsi ini.
7. Calon buah hati tercinta yang senantiasa ikut berjuang bersama penulis dalam suka maupun duka penyelesaian skripsi ini.
8. Dita Nur Ikhsan, sahabat yang selalu memberikan semangat dan pikiran positif dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Rekan-rekan Hijab Clinic: Eli, Arum, Eny, Tuti yang selama ini telah banyak memberikan bantuan kepada penulis dalam menyeimbangkan studi dan pekerjaan, sehingga terselesaikannya penelitian ini.
10. Rekan-rekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya jurusan Ilmu Komunikasi yang selama ini telah banyak memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis sehingga tetap semangat

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga penulis sangat mengharap masukan-masukan berupa kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 20 Desember 2013.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR/GRAFIK	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori.....	7
1. Iklan dan Media Masa	7
2. Konstruksi Perempuan dalam Iklan	11
3. Khalayak Aktif	18
4. Kajian Penerimaan dalam Studi Komunikasi	22
a. Analisis Penerimaan (Resepsi)	23
b. <i>Encoding - Decoding</i> Stuart Hall	25
F. Metodologi Penelitian	27
1. Metode Penelitian	27
2. Teknik Pengambilan Informan	29
3. Teknik Pengumpulan Data	33

BAB II: PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Penelitian Terdahulu38
B. Profil Produk WRP39
B. Perempuan dalam Iklan WRP49
C. Encoding73
 1. Pengetahuan Perempuan tentang Produk WRP73
 2. Pengetahuan Perempuan Tentang Konstruksi Cantik80
 3. Peran Laki-laki dalam Membentuk Konstruksi Kecantikan89
 4. Konstruksi Kecantikan Ala Barat95

BAB III : PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Decoding101
 1. Para Informan dan *Decoding* Pengetahuan tentang Produk WRP103
 2. Pemahaman Perempuan Tentang Konstruksi Cantik116
 3. Peran Laki-laki dalam Membentuk Konstruksi Kecantikan120
 4. Konstruksi Kecantikan Ala Barat136
B. Analisis Decoding153
 1. Pengetahuan tentang Produk WRP153
 2. Pemahaman Perempuan Tentang Konstruksi Cantik154
 3. Peran Laki-laki dalam Membentuk Konstruksi Kecantikan155
 4. Konstruksi Kecantikan Ala Barat157

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan.....159

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Perempuan Bercermin Memandangi Tubuhnya Yang Langsing.....	51
Gambar 2.2: Perempuan Mencium Aroma Nasi Goreng)	53
Gambar 2.3: Perempuan Menjauh dari Nasi Goreng dan Berfikir : “Kalau Sarapan...”)	53
Gambar 2.4: Tubuh Perempuan Berubah Menjadi Gemuk, Perempuan berkata “Pasti Melar Deh..”)	54
Gambar 2.5: Perempuan kembali Berfikir Dan Berimajinasi Sambil Berkata; “Tapi, Kalau Ga Sarapan..”)	56
Gambar 2.6: Setting berpindah ke kantin, dan menampilkan perempuan tersebut sedang makan dengan teman-temannya). Lalu perempuan itu berkata: “siangnya..”).....	57
Gambar 2.7: Perempuan Makan Dengan Lahapnya Dan Mengatakan “Mana Tahan..”))	57
Gambar 2.8: Tubuh Perempuan Berubah Menjadi Gemuk Dan Teman- Temannya Terkejut)	59
Gambar 2.9: Tubuh perempuan Semakin Gemuk, Sehingga Kancing Bajunya Terlepas dan terpelempar ke gelas, Lampu Gantung dan Menuju Sendok Pria Yang akan menyantap makanannya)	59
Gambar 2.10: Kembali ke <i>setting</i> Awal, Ekspresi Perempuan Ketakutan Akan imajinasi) Perempuan Mengatakan; “Haaah.....”:	60
Gambar 2.11: Muncul tampilan produk <i>WRP Stay Slim</i> , Perempuan Mengatakan: “ Untung ada <i>WRP Stay Slimm..</i> ”	61
Gambar 2.12: Perempuan berjalan Melewati Gelah); Perempuan Mengatakan: “..Sarapan <i>Stay Slim</i> tiap hari..”	63
Gambar 2.13: Sosok perempuan berjalan menjauhi produk, diakhir iklan muncul teks “ <i>TETAP LANGSING BERHARI-HARI</i> ”)	63
Gambar 2.14: Perempuan Bercermin...	65
Gambar 2.15: Perempuan Bergaya.....	65
Gambar 2.16: Perempuan yang Tubuhnya Tertutup Majalah	65
Gambar 2.17: Perempuan yang Sedang Melihat Dan Menyeleksi Tubuhnya di Cermin.....	65
Gambar 2.18: Perempuan yang Memegang Lengannya Yang Dirasa Besar.....	65
Gambar 2.19: Laki-laki yang Sedang Mengintip Lewat Balik Majalah Perempuan.....	67
Gambar 2.20: tampilan perbesar Laki-Laki Yang Sedang Mengintip Lewat Balik Majalah Perempuan.....	67
Gambar 2.21: Laki-laki yang Sedang Memperhatikan Tubuh Kekasihnya.....	67
Gambar 2.22: Laki-laki yang Sedang Memberikan Penilaian Terhadap Kekasihnya.....	67
Gambar 2.23: Tampilan Tubuh Perempuan Tampak Samping.....	68
Gambar 2.24: Tampilan Tubuh Perempuan Tampak Samping dengan Pakaian Yang Memperlihatkan Lekuk Tubuh.....	68
Gambar 2.25: Perempuan Yang Sedang Bergaya Di Samping Karya Seni Pahatan Batu Yang berbentuk tubuh.....	68
Gambar 2.26: Perempuan dengan Paras Barat yang Sedang Berjalan di Keramaian Kota.....	70
Gambar 2.28: Gambaran Aktifitas Perempuan Metropolitan Yang Memiliki Mobilitas	

DAFTAR TABEL

Tabel. 3.1: Para Informan dan Pengetahuan terhadap <i>WRP</i>	153
Tabel 3.2 : Para Informan dan Pandangan Mengenai Kecantikan	154
Tabel 3.3 : Para Informan dan Pandangan Mengenai Peran Laki-laki	156
Tabel 3.4 : Para Informan dan Pandangan Mengenai Konstruksi Kecantikan Ala Barat	157

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Anindhitya Minati Clara Kuncara

Analisis Penerimaan Khalayak Terhadap Konstruksi Tubuh dalam Iklan WRP

Reception Analysis dan Analisis Semiotika

Tahun Skripsi: 2013. 160 lembar + 20 lampiran

Daftar kepustakaan: 33 Buku + 4 Sumber Online (2009 – 2012) + 2 jurnal

Penelitian ini berjudul “Analisis Penerimaan Khalayak Terhadap Konstruksi Tubuh dalam Iklan WRP”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerimaan dan pemaknaan khalayak melalui tanda-tanda yang digunakan dalam iklan WRP. Dalam analisis yang dilakukan, ditemukan bahwa saat ini kriteria kecantikan seorang perempuan telah mengalami banyak perubahan, walaupun pada hakekatnya sama. Berkulit ‘putih’ dan bersih, berambut hitam dan panjang, bertubuh tinggi, ramping, dan berhidung mancung merupakan gambaran perempuan cantik. Kondisi ini dimanfaatkan oleh para produsen untuk menawarkan produk kecantikan yang ‘dianggap’ bisa mengubah kondisi dari kurang cantik menjadi cantik. Melalui media massa, para pengiklan menawarkan berbagai produk kecantikan. Ironisnya, media telah dimanfaatkan oleh para pengiklan untuk menyebarkan ideologi kapitalis mereka. Iklan di televisi cenderung menjual mimpi dan imajinasi yang melambung tinggi. Media. Melalui interaksi simbolik, persepsi khalayak perempuan dibangun sedemikian rupa sehingga terbentuk suatu konstruksi realitas mengenai perempuan cantik yang mendorong perempuan untuk menjadi serupa dengan perempuan cantik tersebut.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode analisis resepsi Stuart Hall dan analisis semiotika model Roland Barthes, serta menggunakan paradigma interpretif. Analisis semiotika digunakan untuk membaca tanda-tanda yang ada di dalam iklan WRP dalam mengkonstruksikan kecantikan melalui bentuk tubuh melalui tanda-tanda, sehingga nanti dapat diketahui proses pemaknaan yang dipahami oleh penonton. Sedangkan analisis resepsi digunakan untuk membantu pemahaman khalayak dalam memaknai konstruksi kecantikan yang terjadi di masyarakat mengenai bentuk ideal seorang perempuan terhadap sebuah pesan dalam iklan.

Hasil dari penelitian ini adalah konstruksi cantik terbentuk atas representasi yang terbentuk bukan melalui terpaan media iklan, melainkan faktor lain seperti lingkungan, orang terdekat, serta pendidikan. Selain itu hasil dari penelitian ini adalah bahwa khalayak sebagai penonton memiliki peran aktif dalam memaknai sebuah pesan teks atau gambar yang ditampilkan oleh media.