



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**REPRESENTASI FEMINISME PEREMPUAN  
DALAM IKLAN DOVE BERTEMA  
'SISTERS IN BEAUTY'  
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

**SKRIPSI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**Leonita**

**10120110040**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA JOURNALISM  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2016**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Juli 2016



(Leonita)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
“REPRESENTASI FEMINISME PEREMPUAN DALAM IKLAN DOVE  
BERTEMA ‘SISTERS IN BEAUTY’  
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)”  
oleh  
Leonita  
telah diujikan pada hari Senin, tanggal 8 Agustus 2016,  
pukul 10.00-11.30 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut

**Ketua Sidang**



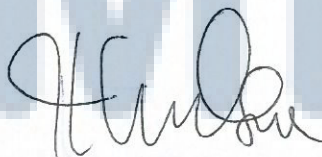
Ambang Priyonggo, S.S., M.A.

**Penguji Ahli**



Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

**Dosen Pembimbing**



Hanif Suranto, M.Si.

**Disahkan oleh  
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

## KATA PENGANTAR

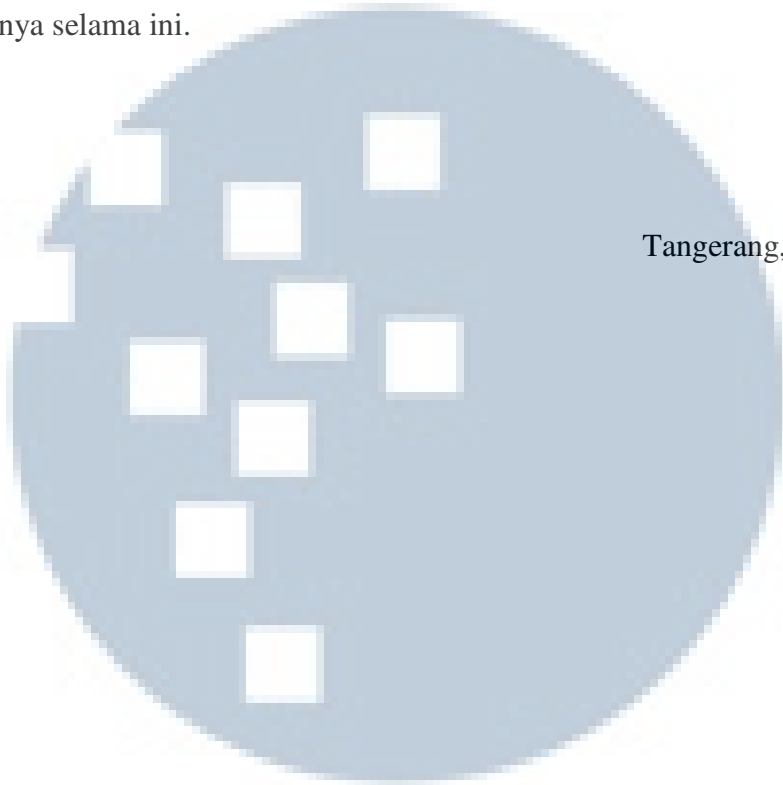
Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.

Skripsi dengan judul “Representasi Feminisme Perempuan dalam Iklan Dove ‘Sisters in Beauty (Analisis Semiotika Roland Barthes)’” diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, yaitu kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan berkat-Nya kepada penulis, sehingga penulis diberikan kekuatan, motivasi serta semangat untuk terus maju dan berusaha menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Bapak Hanif Suranto, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu untuk arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasihat dalam proses pembuatan skripsi ini sampai selesai
3. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah membantu mengontrol isi dari skripsi ini
4. Keluarga peneliti: Mama, Papa, Kelvin, dan Elsha atas dukungan doa, dan semangat kepada penulis
5. Kekasih tercinta, Andres Putrayat beserta keluarga yang tiada henti memberikan dorongan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Untuk para sahabat Devita, Helina, Jayanti, Jessica, Peter, dan Aris yang tidak hanya memberikan dukungan dan semangat, tapi juga membantu penulis dalam pengerjaan skripsi

7. Dan kepada semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan doanya selama ini.



Tangerang, 25 Juli 2016

Leonita

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **REPRESENTASI FEMINISME PEREMPUAN DALAM IKLAN DOVE ‘SISTERS IN BEAUTY’ (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)**

## **ABSTRAK**

Oleh: Leonita

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh konstruksi perempuan stereotipe dalam iklan sampo di televisi yang hanya menampilkan sosok biologis perempuan seperti rambut panjang, hitam, berkilau, terurai. Profesi perempuan yang ditampilkan juga sebagai ibu rumah tangga atau penghuni dapur (domestik). Dengan latar belakang tersebut peneliti meneliti sebuah iklan sampo televisi yang tidak hanya menampilkan sosok biologis perempuan namun juga profesi perempuan di luar wilayah domestik. Peneliti memilih iklan sampo Dove bertema ‘Sisters in Beauty’ sebagai objek penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana feminisme perempuan direpresentasikan dalam iklan sampo Dove bertema ‘Sisters in Beauty’. Peneliti menggunakan teori iklan televisi, representasi, perempuan dalam iklan, feminisme, semiotika, dan semiotika Roland Barthes. Dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif serta dipertajam dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes sebagai teknik analisis data.

Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya simbol-simbol feminisme perempuan yang ditunjukkan dari penampilan gaya rambut dan pakaian Sarah Sechan, tampilan adegan Titi Sjuman bermain drum, dan penampilan Maia Estianty yang berbeda-beda dari segi gaya pakaian, gaya rambut, dan warna rambut. Simbol-simbol feminisme tersebut didasarkan pada ideologi feminisme yang menyangkut pembebasan perempuan dan kesetaraan terhadap perempuan.

Kata kunci: feminisme, iklan televisi, representasi, perempuan dalam iklan, semiotika, Roland Barthes

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	6
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Teori dan Konsep.....	10
2.2.1 Iklan Televisi .....	10
2.2.2 Representasi .....	17
2.2.3 Perempuan dalam Iklan.....	21
2.2.4 Feminisme.....	25
2.2.5 Teori Semiotika.....	30
2.2.6 Semiotika Roland Barthes.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37



### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Jenis dan Sifat Penelitian .....	40
3.2	Metode Penelitian .....	43
3.3	Unit Analisis .....	43
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5	Teknik Analisis Data.....	45

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Objek Penelitian.....	50
4.1.1	Profil Perusahaan .....	50
4.1.2	Deskripsi Iklan Dove ‘Sisters in Beauty’ .....	52
4.1.3	Deskripsi Model dalam Iklan Dove ‘Sisters in Beauty’ .....	55
4.1.3.1	Deskripsi Model Iklan Sarah Sechan.....	55
4.1.3.2	Deskripsi Model Iklan Titi Sjuman .....	56
4.1.3.3	Deskripsi Model Iklan Ersya Mayori .....	58
4.1.3.4	Deskripsi Model Iklan Maia Estianty .....	59
4.2	Hasil Penelitian .....	61
4.2.1	Analisis Sintagmatik dan Paradigmatik:	
	<i>Scene</i> Sarah Sechan .....	61
4.2.1.1	Deskripsi <i>Scene</i> Sarah Sechan .....	62
4.2.1.2	Tanda-Tanda Leksia <i>Scene</i> Sarah Sechan .....	62
4.2.1.3	Kajian Kode <i>Scene</i> Sarah Sechan .....	63
4.2.2	Analisis Sintagmatik dan Paradigmatik:	
	<i>Scene</i> Titi Sjuman .....	66
4.2.2.1	Deskripsi <i>Scene</i> Titi Sjuman.....	66
4.2.2.2	Tanda-Tanda Leksia <i>Scene</i> Titi Sjuman .....	67
4.2.2.3	Kajian Kode <i>Scene</i> Titi Sjuman.....	67
4.2.3	Analisis Sintagmatik dan Paradigmatik:	
	<i>Scene</i> Maia Estianty.....	71
4.2.3.1	Deskripsi <i>Scene</i> Maia Estianty .....	72
4.2.3.2	Tanda-Tanda Leksia <i>Scene</i> Maia Estianty .....	73
4.2.3.3	Kajian Kode <i>Scene</i> Maia Estianty .....	73

4.3 Pembahasan.....	77
---------------------	----

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	80
5.2 Saran .....	91

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Tabel Perbandingan Penelitian .....	8
2. Tabel 2.2 Teknik Sudut Pengambilan Gambar ( <i>Camera Angle</i> ).....	14
3. Tabel 2.3 Tanda Warna Menurut Danesi.....	18
4. Tabel 2.4 Representasi Menurut Fiske .....	20
5. Tabel 2.5 Peta Tanda Roland Barthes.....	35
6. Tabel 4.1 <i>Scene</i> Sarah Sechan .....	61
7. Tabel 4.2 <i>Scene</i> Titi Sjuman .....	66
8. Tabel 4.3 <i>Scene</i> Maia Estianty.....	71

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1 Logo Unilever .....	50
2. Gambar 4.2 Produk Sampo Dove .....	51
3. Gambar 4.3 Model Iklan Sarah Sechan .....	55
4. Gambar 4.4 Model Iklan Titi Sjuman .....	56
5. Gambar 4.5 Model Iklan Ersya Mayori .....	58
6. Gambar 4.6 Model Iklan Maia Estianty .....	59

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA