

MOTHERHOOD DALAM IKLAN *GRABFOOD*

(Analisis Tekstual Terhadap Pengibuan Dalam Iklan *Grab* Indonesia “Selalu Ada Hangatnya Perhatian Di Setiap Kesibukan Di Youtube”)

SKRIPSI



OLEH :

DYAH PUTRI WIDIANTI
NPM. 1643010136

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2021

MOTHERHOOD DALAM IKLAN GRABFOOD

(Analisis Tekstual Terhadap Pengibuan Dalam Iklan *Grab* Indonesia “Selalu Ada Hangatnya

Perhatian Di Setiap Kesibukan Di Youtube)

Disusun Oleh:

DYAH PUTRI WIDIANTI

1643010136

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui

Pembimbing Utama



Ade Kusuma, S.Ps., M.Med.Kom
NIP. 198509018033001

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA
NIP. 19590701 198703 1001

MOTHERHOOD DALAM IKLAN GRABFOOD

(Analisis Tekstual Terhadap Pengibuan Dalam Iklan Grab Indonesia “Selalu Ada Hangatnya Perhatian Di Setiap Kesibukan Di Youtube)

Disusun Oleh:

DYAH PUTRI WIDIANTI

1643010136

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Pada tanggal 16 Januari 2020

PEMBINGING



Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 19850108 201803 2001

TIM PENGUJI

1. Ketua



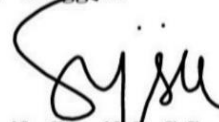
Ade Kusuma, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 19850108 201803 2001

2. Sekretaris



Aulia Rahmawati, PhD
NPT. 38207060216

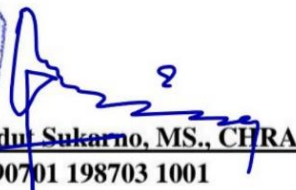
3. Anggota



Syifa Svarifah, S.Sos., M.Commun
NPT. 384031002991

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA
NIP. 19590701 198703 1001

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena telah melimpahkan ramat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun laporan penelitian yang berjudul ***“Motherhood Dalam Iklan GrabFood (Analisis Tekstual Terhadap Pengibuan dalam Iklan Grab Indonesia “Selalu Ada Hangatnya Perhatian Di Setiap Kesibukan Di Youtube”***. Laporan penelitian ini disusun guna melengkapi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengucapkan mohon maaf serta kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan laporan ini ke depannya.

Dalam pengerjaan laporan ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu penulis dalam banyak hal. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis. Oleh sebab itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan berbagai ilmu di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis.
6. Naura, Ismah, Ariny, Amma, Caca, Theresia, Adam, Satria, Lado, Nyanya, Vanya, Khosyi, Jackson Wang dan anggota GOT7 yang selalu memberi semangat, dukungan dan senantiasa hadir disaat suka maupun duka.
7. Teman-teman satu bimbingan yang selalu memberi semangat dan masukan satu sama lain. Serta seluruh angkatan Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur tahun 2016

Demikian yang dapat penulis sampaikan berkatian dengan skripsi ini, semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Juni 2020

Penulis

Dyah Putri Widianti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	li
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	iii
BAB 1	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB 2	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Iklan Digital.....	14
2.2.2. Pendekatan Softselling dalam Iklan	23
2.2.3. <i>Motherhood</i>	32
2.2.4. Peran Ibu dalam Keluarga di Indonesia	38
2.2.5. Komunikasi Interpersonal dalam Keluarga	41
2.2.6. Analisis Tekstual.....	48
2.3. Kerangka Berpikir.....	52
BAB 3	57
3.1. Jenis Penelitian.....	57
3.2. Metode Penelitian	57

3.3.	Definisi Konseptual	59
3.1.1.	Iklan.....	59
3.1.2.	<i>Motherhood</i>	60
3.4.	Objek Penelitian	62
3.5.	Corpus Penelitian	62
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	78
3.6.1.	Dokumentasi	78
3.6.2.	Studi Pustaka.....	79
3.7.	Teknik Analisis Data	79
BAB 4	82
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	82
4.2.	Penyajian dan Analisis Data	86
4.2.1.	Peran Ibu dalam Pengasuhan Anak	131
4.2.2.	Peran Ibu dalam Pemberian Perhatian	138
4.2.3.	Peran Ibu dalam Mendidik.....	143
4.3.	Pembahasan.....	146
4.3.1.	Konsep Pengibuan Dalam Iklan.....	149
4.3.2.	Iklan Layanan <i>GrabFood</i> Menggambarkan Pergeseran Kebiasaan Ibu dalam Wilayah Domestik Pada Masyarakat Perkotaan.	154
BAB 5	157
5.1.	Kesimpulan.....	157
5.2.	Saran	159
DAFTAR PUSTAKA	160
LAMPIRAN	164

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Logika Analisis (Thwaites dalam Ida, 2011: 45)	50
Bagan 2.2 Kerangka Berpikir	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Potongan Tangkapan Layar Iklan <i>Selalu Ada Hangatnya Perhatian di Setiap Kesibukkan – GrabFood</i> Pada Akun YouTube <i>Grab Indonesia</i>	85
Gambar 4.2 Potongan Gambar <i>Sequence 1</i> Adegan 3	125
Gambar 4.3 Potongan Gambar <i>Sequence 5</i> Adegan 2	127
Gambar 4.4 Potongan Gambar <i>Sequence 5</i> Adegan 2	128
Gambar 4.5 Potongan Gambar <i>Sequence 2</i> Adegan 4	132
Gambar 4.6 Potongan Gambar <i>Sequence 6</i> Adegan 4	134
Gambar 4.7 Potongan Gambar <i>Sequence 7</i> Adegan 1	136
Gambar 4.8 Potongan Gambar <i>Sequence 12</i> Adegan 1	146

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Corpus Penelitian Sequence 1	64
Tabel 3.2 Corpus Penelitian Sequence 2	65
Tabel 3.3 Corpus Penelitian Sequence 3	66
Tabel 3.4 Corpus Penelitian Sequence 4	67
Tabel 3.5 Corpus Penelitian Sequence 5	68
Tabel 3.6 Corpus Penelitian Sequence 6	70
Tabel 3.7 Corpus Penelitian Sequence 7	71
Tabel 3.8 Corpus Penelitian Sequence 8	73
Tabel 3.9 Corpus Penelitian Sequence 9	74
Tabel 3.10 Corpus Penelitian Sequence 10	75
Tabel 3.1 Corpus Penelitian Sequence 11	76
Tabel 3.12 Corpus Penelitian Sequence 12	78
Tabel 4.1 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 1	89
Tabel 4.2 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 2	95
Tabel 4.3 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 3	98
Tabel 4.4 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 4	102
Tabel 4.5 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 5	106
Tabel 4.6 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 6	111
Tabel 4.7 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 7	114
Tabel 4.8 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 8	118
Tabel 4.9 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 9	121

Tabel 4.10 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 10	123
Tabel 4.11 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 11	127
Tabel 4.12 Deskripsi Tanda <i>Sequence</i> 12	130

DAFTAR LAMPIRAN

Korpus Keseluruhan Iklan Selalu Ada Hangatnya Perhatian Disetiap Kesibukkan
– GrabFood164

Sequence Keseluruhan Iklan Selalu Ada Hangatnya Perhatian Disetiap
Kesibukkan – GrabFood
.....171

ABSTRAK

DYAH PUTRI WIDIANTI, Motherhood Dalam Iklan Grabfood (Analisis Tekstual Terhadap Pengibuan dalam Iklan Grab Indonesia “Selalu Ada Hangatnya Perhatian Di Setiap Kesibukan Di Youtube

Adanya iklan milik Selalu Ada Hangatnya Perhatian Disetiap Kesibukkan – GrabFood yang dirilis pada 21 Desember 2019 pada saluran YouTube Grab Indonesia, menunjukkan pesan implisit. Iklan ini diduga mengandung pesan tentang penggambaran pengibuan (*motherhood*) pada beberapa adegan yang ditampilkan. Peneliti menganalisis pengibuan (*motherhood*) menggunakan metode Analisis Tekstual dengan logika berpikir analisis tekstual oleh Thwaites yang membedah makna dalam teks dalam konotasi, denotasi dan mitos yang terdiri dari dua belas sequence. Peneliti menilai Penggambaran mengenai perhatian seorang ibu dalam pemenuhan kebutuhan makan anak sebagai bentuk partisipasinya dalam wilayah domestik pada iklan mengarahkan pada ideologi pengibuan (*motherhood*). Akan tetapi peneliti juga melihat adanya pengaplikasian nilai pengibuan (*motherhood*) berupa peran ibu dalam hal pengasuhan sebagai tanggung jawab dalam wilayah domestik maupun perannya dalam wilayah publik.

Kata kunci: Iklan, Pengibuan (*Motherhood*), Analisis Tekstual.

DYAH PUTRI WIDIANTI, *Motherhood in Grabfood Ads (Textual Analysis of Motherhood in Grab Indonesia Ads "There is Always Warm Attention in Every Busyness on Youtube.*

The existence of advertisements belonging to Always Warm Attention in Every Business - GrabFood, which was released on December 21, 2019 on the Grab Indonesia YouTube channel, shows an implicit message. This advertisement allegedly contains messages about the depiction of motherhood in some of the scenes shown. Researchers analyzed motherhood using the Textual Analysis method with the logic of thinking of textual analysis by Thwaites which dissects the meaning in the text in connotation, denotation and myth which consists of twelve sequences. Researchers assess the depiction of a mother's concern in fulfilling children's food needs as a form of participation in the domestic sphere in advertisements leading to the ideology of motherhood. However, the researchers also saw the application of the value of motherhood in the form of the role of the mother in terms of care as a responsibility in the domestic sphere as well as her role in the public sphere.

Key Words: Advertisement, Motherhood, Textual Analysis.