

**REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN  
SABUN GIV FLAWLESS WHITE DI TELEVISI  
( ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE )**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**TIARA PRILCIA RACHMA PUTRI**  
**NPM. 1443010249**

**KEMENTERIAN RISET DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA  
TIMUR FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2021**

REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN SABUN GIV FLAWLESS  
WHITE DI TELEVISI ( ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE )

Oleh :

ILARA PRILCIA RACHMA PUTRI  
1443010249

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional - Veteran - Jawa Timur  
Pada Tanggal 16 Januari 2021

PEMBIMBING UTAMA

  
DRS. SAIFULHAIN ZUHRI, M.Si  
NPT : 370 06 9 000 351

TIM PENGUJI

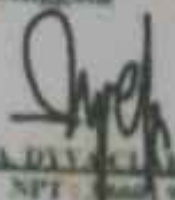
1. Ketua

  
DRS. SAIFULHAIN ZUHRI, M.Si  
NPT : 3 7006 94 00351

2. Sekretaris

  
DR. YULI CANDRASARI, M.Si  
NPT : 3 7107 94 00271

3. Anggota

  
DRA. DYVA CLARA RETTA, M.Si  
NPT : 3 7001 94 00251

ANGKETAHU  
DEKMAN  
  
DR. ABD-EL-GHANY EL-SUKARNO, M.Si, CHRA  
NPT : 3 7000 94 1007031001



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat diberikan kesempatan untuk menyelesaikan Skripsi yang berjudul: “REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN SABUN GIV FLAWLESS WHITE DI TELEVISI”. (ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE)

Penulis akui bahwa kesulitan selalu ada di setiap proses pembuatan Skripsi ini, tetapi faktor kesulitan itu lebih karena datang dari diri sendiri. Semua proses kelancaran pada saat pembuatan skripsi ini tidak lepas dari segala bantuan dari berbagai pihak yang dengan baik hari memberikan sumbangsuhnya.

Selama melakukan penulisan skripsi ini, tak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih pada Bapak Drs. Saifuddin Zuhri, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah membantu penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

Adapun penulis sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku rektor UPN "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Yuli Candrasari, M.Si. sebagai koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN "Veteran" Jawa Timur.
4. Seluruh dosen program studi Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Jawa Timur
5. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi maupun Staf Karyawan FISIP hingga UPN “Veteran” Jatim.

6. Keluarga besar yang telah mendukung dan membimbing penuh kasih sayang dan doa yang selalu dipanjatkan tak henti-hentinya oleh Ibu kepada penulis.
7. Seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya teman-teman di Jurusan Ilmu Komunikasi.

Peneliti

## ABSTRAK

Iklan kerap menjadi komunikasi yang dilakukan konstruksinya melalui metode yang amat memadai (serta kemungkinan memiliki keefektifan) sebab orang-orang yang membuatnya. Media memiliki kekuatan untuk membangun perspektif yang cukup kuat melalui pesan yang ditampilkan melalui visualisasi iklan maka dapat terlihat kategori tanda yang terdiri dari realitas, representasi, dan ideologi dalam iklan tersebut bahwa iklan Sabun Giv Flawless White yang ditayangkan di televisi telah merepresentasikan unsur model iklan perempuan menarik untuk menampilkan kulit tubuh yang putih, cerah dan *glowing*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran perempuan dalam tayangan iklan masih sangat dominan

Salah satu diantara beberapa Iklan yang cukup disoroti adalah Sabun Giv Flawless White karena terdapat unsur dimana posisi gender akan talenta kontra dengan promosi iklan. Banyak juga yang menggunakan gender tersebut untuk membantu berjalannya perdagangan dengan membawa kekuatan brand produk meski mengharuskan talent berada pada kondisi yang subordinat. Menggunakan model iklan perempuan selalu dikaitkan dengan kelemahan-lembutan, kehalusan perasaan, terlebih lagi kaum perempuan itu memiliki paras ayu dan keindahan tubuh yang sempurna dengan tubuh yang putih karena memiliki daya pesona dalam keindahan dan kemulusan tubuh yang putih, cerah dan *glowing*, maka tidak jarang perempuan ditampilkan sebagai inspirasi karya seni, termasuk objek desain. Khususnya dalam desain komunikasi visual, perempuan banyak sekali ditampilkan sebagai objek dalam bidang periklanan.

**Kata Kunci : Perempuan dalam Iklan, Analisis Semiotik John Fiske**

## **ABSTRACT**

*Advertising is often being a communication that is constructed through a method that is very adequate (and possibly has effectiveness) because of the people who make it. The media has the power to build a strong enough perspective through the message displayed through the visualization of advertisements, it can be seen that the sign category consisting of reality, representation, and ideology in the advertisement shows that the Giv Flawless White Soap advertisement broadcast on television has represented elements of an attractive female advertising model. to show skin that is white, bright and glowing. The results of this study indicate that the role of women in advertising is still very dominant*

*One of the few advertisements that is quite highlighted is Giv Flawless White Soap because there is an element where gender position is against talent versus advertising promotion. Many also use this gender to help run the trade by bringing the strength of the product brand even though it requires talent to be in a subordinal state. Using the female advertising model is always associated with gentleness, refinement of feelings, moreover, women have a beautiful face and perfect body beauty with a white body because they have charm in the beauty and smoothness of a white, bright and glowing body, so it's not uncommon. women are shown as inspiration for artwork, including design objects. Especially in visual communication design, many women are shown as objects in advertising.*

***Keywords: Women in Advertising, John Fiske's Semiotic Analysis***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1.Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2.Manfaat Praktis.....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori .....	15
2.2.1.Representasi.....	15
2.2.2.Periklanan .....	16
2.2.3.Unsur-Unsur Iklan Televisi .....	23
2.2.4.Konsep Feminisme .....	25
2.2.5.Konsep tentang Perempuan .....	27
2.2.6.Perempuan dan Iklan .....	29
2.2.7.Perempuan Dalam Iklan .....	31
2.2.8.Semiotika.....	33
2.3. Kerangka Berpikir .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1. Metode Penelitian.....	38
3.2. Definisi Konseptual .....	40
3.3. Kerangka Konseptual .....	40
3.4. Unit Analisis .....	42



3.5. Tehnik Pengumpulan Data .....	42
3.6. Tehnik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	44
4.2. Penyajian Data.....	46
4.3. Hasil dan Pembahasan.....	50
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>100</b>
5.1.Kesimpulan .....	100
5.2.Saran .....	101
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 2.2. Pilihan Utama Media Iklan.....	17

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir Penelitian.....	30
Gambar 3.2. Corpus Penelitian.....	34
Gambar 4.3. Iklan Sabun Giv FlawlessWhite dalam Scane 1 .....	44
Gambar 4.4. Iklan Giv Flawless White dalam Scane 2 .....	49
Gambar 4.5. Iklan Giv Flawless White dalam Scane 3 .....	53
Gambar 4.6. Iklan Giv Flawless White dalam Scane 4 .....	57
Gambar 4.7. Iklan Giv Flawless White dalam Scane 5 .....	61
Gambar 4.8. Iklan Giv Flawless White dalam Scane 6 .....	65
Gambar 4.9. Iklan Giv Flawless White dalam Scane 7 .....	69