

**GAMBARAN KARAKTER DAN PERAN PEREMPUAN
ERA 1990AN DAN 2000AN
DALAM IKLAN ADVERTORIAL
(Analisis Isi Iklan Advertorial di Tabloid Nova)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial**

Oleh

IRENE MONIKA HUTAPEA

06 09 03126 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2010**

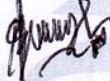
HALAMAN PERSETUJUAN

**GAMBARAN KARAKTER DAN PERAN PEREMPUAN
ERA 1990AN DAN 2000AN
DALAM IKLAN ADVERTORIAL
(Analisis Isi Iklan Advertorial Tabloid Nova)**

SKRIPSI

Skripsi ini diajukan guna melengkapi tugas akhir
dan memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana (Strata 1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Atmajaya Yogyakarta

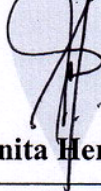
Disusun Oleh:



Irene Monika Hutapea

06 09 03126

Disetujui oleh:



F. Anita Herawati, M.Si

Dosen Pembimbing

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

2010

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Gambaran Karakter dan Peran Perempuan
Era 1990an dan 2000an dalam Iklan Advertorial
(Analisis Isi Iklan Advertorial di Tabloid Nova)
Penyusun : Irene Monika Hutapea
NIM : 06 09 03126

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:
Hari/ tanggal : Rabu, 8 Desember 2010
Pukul : 12.00 WIB
Tempat : Ruang Pendadaran 2, FISIP, Universitas Atma Jaya
Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

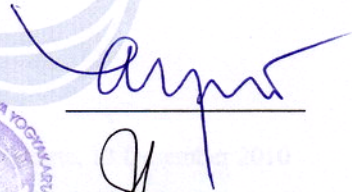
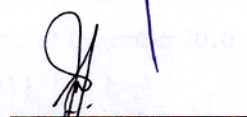
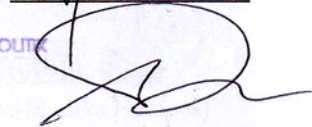
F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irene Monika Hutapea
No. Mahasiswa : 06 09 03126
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Gambaran Karakter Dan Peran Perempuan Era 1990an
dan Era2000an Dalam Iklan Advertorial
(Analisis Isi Iklan Advertorial Tabloid Nova)

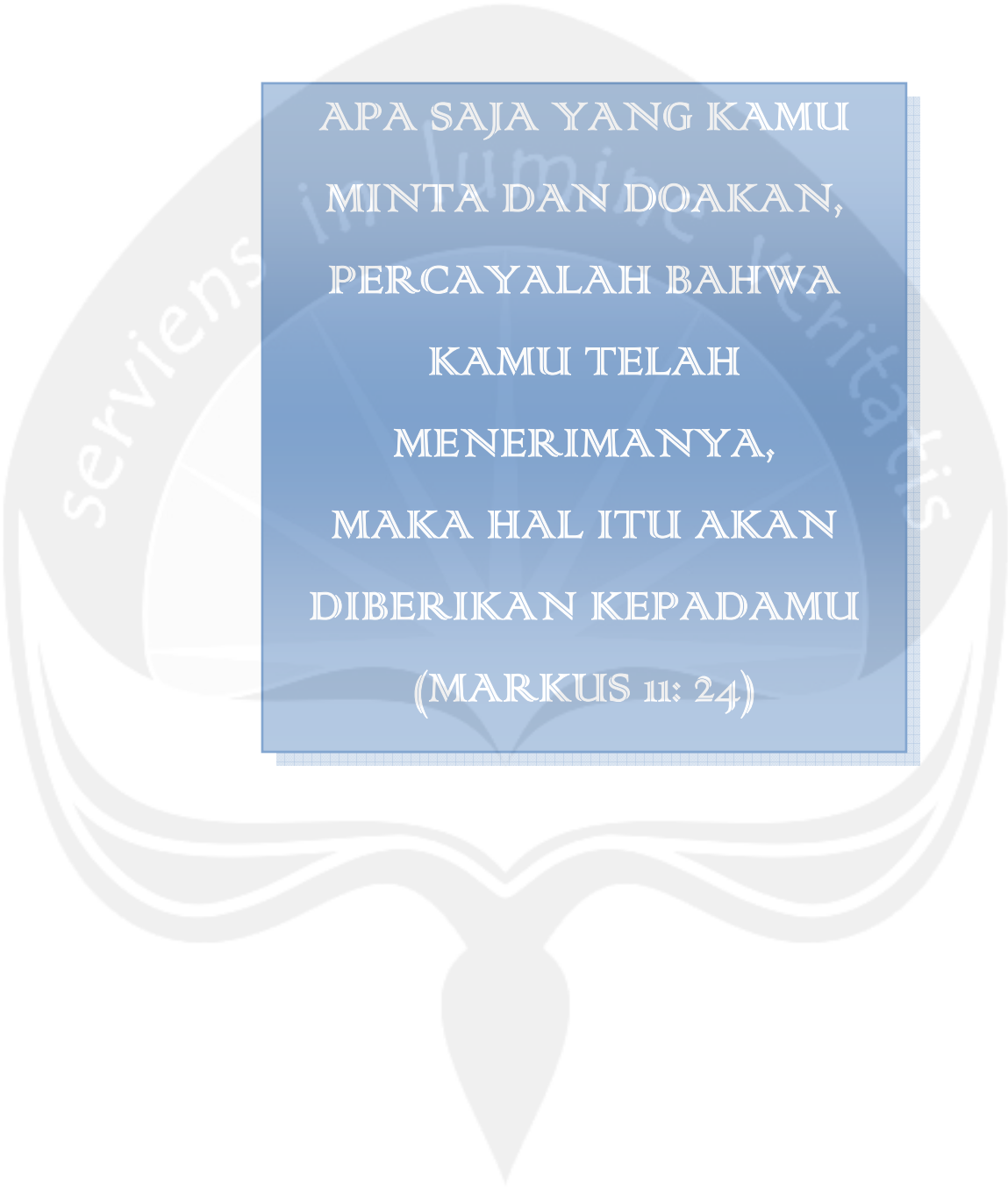
Menyatakan bahwa sesungguhnya tugas akhir ini adalah benar-benar hasil pekerjaan saya sendiri. Tugas akhir ini bukan merupakan hasil plagiasi, duplikasi, hasil kerja orang lain, maupun pencurian hasil karya tulis milik orang lain, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 13 Desember 2010



(Irene Monika Hutapea)



APA SAJA YANG KAMU
MINTA DAN DOAKAN,
PERCAYALAH BAHWA
KAMU TELAH
MENERIMANYA,
MAKA HAL ITU AKAN
DIBERIKAN KEPADAMU
(MARKUS 11: 24)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya Skripsi dengan judul “Gambaran Karakter dan Peran Perempuan Era 1990an dan Era 2000an dalam Iklan Advertorial Tabloid Nova (Analisis Isi Iklan Advertorial di Tabloid Nova)”.

Sebagai rasa syukur atas skripsi yang telah terselesaikan penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya dan mempersembahkan skripsi ini, kepada:

- + Orang Tua tercinta, Benny B. Hutapea dan Sartje Sumampow. Terimakasih atas segala usaha, didikan, cinta, dan doa yang telah diberikan.
- + Saudara tercinta, Anton Hutapea, Ody Otnel Hutapea, Marshel Hutapea, Trisanti Samosir, Tracy Pasaribu, dan keluarga besar Ompu Si Dinar. Terimakasih atas semangat kekeluargaannya dan segala *support* selama penulis menyelesaikan penelitian ini.
- + Dosen pembimbing terbaik se-FISIP, F. Anita Herawati, M.Si. Terimakasih atas sumbangsi pemikiran terhadap penelitian ini. Salut atas kebaikan, kesabaran, dan kemurahan hati Ibu.
- + Dosen penguji, Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si dan Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA. Terimakasih telah menyatakan bahwa saya lulus, dan terimakasih untuk revisi dan masukan yang membuat skripsi ini lebih terarah.
- + Rekan-rekan di Tabloid Nova. Mbak Wendy, Mas Tiar, Mbak Ocha. Terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan untuk mendokumentasikan iklan-iklan

advertorial dari tahun 1990-2009. Terimakasih juga untuk Kak Elsa yang telah melancarkan komunikasi antara penulis dengan pihak Nova.

✚ Intercoder handal. Dina Cahyaningrum dan Dimas Utami. Terimakasih banyak untuk waktu dan pemikirannya. Penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan kalian. Juga untuk Fera Maria Sulistiyo, intercoder yang walaupun hanya separuh jalan, tapi diskusi kita mampu menyempurnakan guideline dalam penelitian ini.

✚ Seluruh sahabat. Anggota Miracle Voice, Atma Jaya Radio, dan NHKBP Yogyakarta. Terimakasih atas segala tawa canda yang sangat menghibur penulis ditengah kepenatan menyusun skripsi ini.

✚ Sahabat, yang penulis rasa wajib mencantumkan namanya dalam lembar ini. Samuel Sitorus, terimakasih untuk dorongan semangat, tampungan cerita, kasih sayang, hiburan dan doa yang telah diberikan. Terimakasih juga atas kesempatan sendiri demi penyelesaian skripsi ini. Dwi Kartika Sirait, terimakasih telah berjuang bersama mulai dari pencarian judul, penyusunan proposal, sampai pada ujian pendadaran, termasuk juga serba-serbi didalamnya. Perjuangan belum berakhir teman, semoga ke depan tetap baik adanya.

✚ Serta siapa saja yang mau menyempatkan waktu untuk membaca skripsi yang masih jauh dari sempurna ini.

Penulis juga memohon maaf kepada semua orang yang belum tersebut satu per satu, penulis ucapkan terimakasih, Tuhan memberkati. Skripsi ini masih jauh dari

sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca, agar kedepannya penulis tidak lagi banyak melakukan kesalahan dalam karya tulis.

Yogyakarta, 10 Desember 2010



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAKSI.....	xix
 BAB I: PENDAHULUAN.....	 1
A. LATAR BELAKANG.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	5
C. TUJUAN PENELITIAN.....	5
D. MANFAAT PENELITIAN.....	6
1. Manfaat Teoritis.....	6
2. Manfaat Praktis.....	6
3. Manfaat Sosial.....	6
E. KERANGKA TEORITIK.....	7

1.	Ideologi Gender.....	7
2.	Peran Perempuan.....	10
3.	Karakter Wanita.....	13
4.	Iklan: Rekonstruksi Sosial.....	17
5.	Iklan Advertorial.....	18
6.	Iklan Media Cetak – Tabloid.....	20
F.	KERANGKA KONSEP.....	22
G.	DEFINISI OPERASIONAL.....	30
1.	Karakter Perempuan.....	33
2.	Peran Perempuan.....	37
H.	METODE PENELITIAN.....	39
1.	Jenis Penelitian.....	39
2.	Metode Penelitian.....	39
3.	Populasi dan Sampel.....	40
4.	Uji Reliabilitas.....	43
5.	Intercoder.....	44
6.	Teknik Pengumpulan Data.....	45
7.	Lokasi Penelitian.....	46
BAB II: DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....		47
A.	SEJARAH NOVA.....	47
B.	VISI NOVA.....	48
C.	MISI NOVA.....	48

D.	LOGO NOVA.....	49
E.	SPESIFIKASI PRODUK.....	49
F.	POSITIONING.....	49
G.	RUBRIK DI TABLOID NOVA.....	50
H.	PROGRAM/ KEGIATAN YANG DILAKUKAN NOVA.....	50
I.	PROFIL PEMBACA NOVA.....	51
J.	IKLAN-IKLAN DI TABLOID NOVA.....	60
K.	IKLAN ADVERTORIAL DI TABLOID NOVA.....	60
BAB III: ANALISIS HASIL PENELITIAN.....		62
A.	DATA YANG DIANALISIS.....	62
B.	UJI RELIABILITAS PENELITIAN.....	62
C.	ANALISIS ISI.....	73
D.	PEMBAHASAN.....	100
BAB IV: PENUTUP.....		130
A.	KESIMPULAN.....	130
B.	SARAN.....	133
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

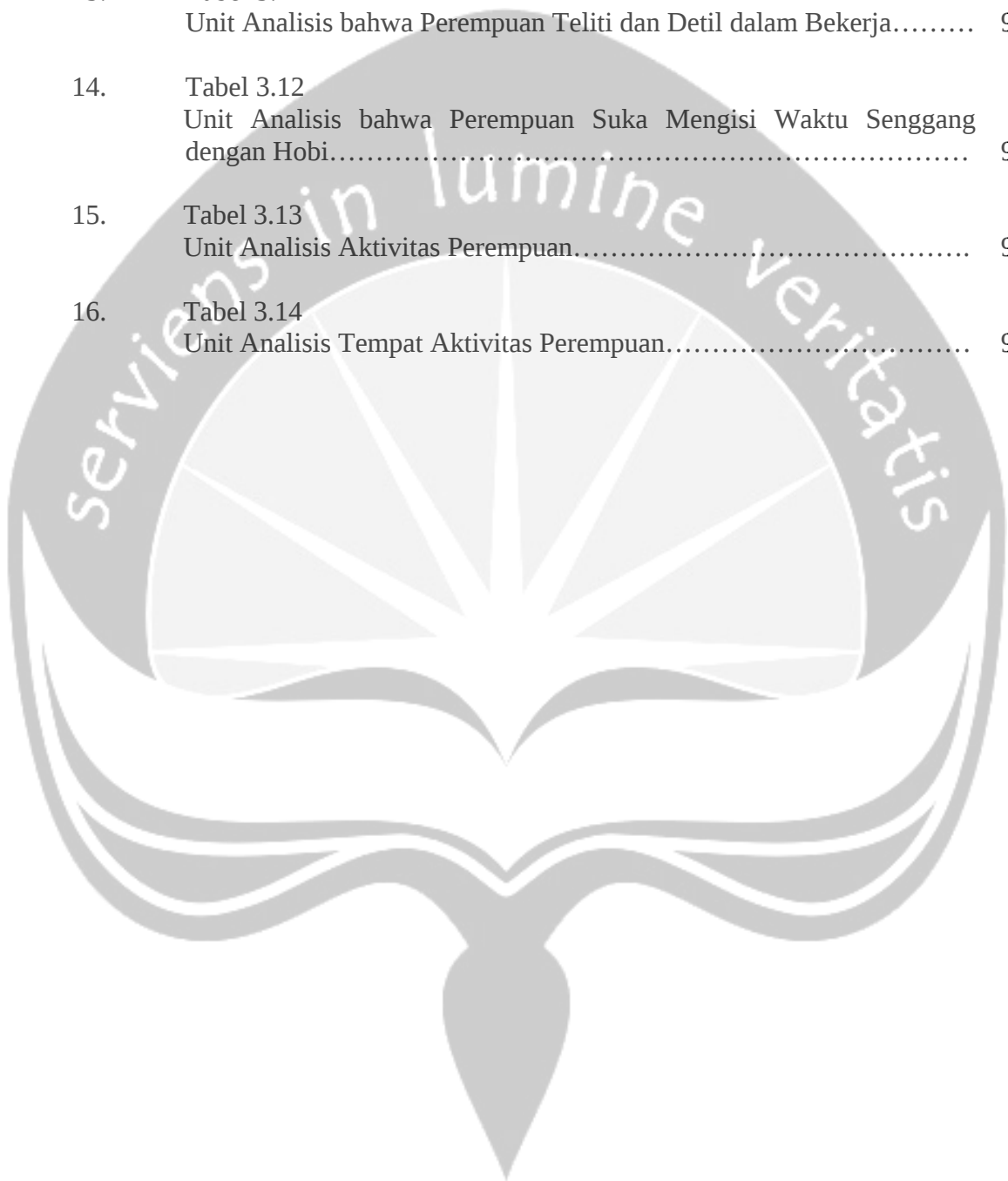
DAFTAR GAMBAR

1	Gambar 1.1 Konsep Penelitian Gambaran Karakter dan Peran Perempuan dalam Iklan Advertorial Tabloid Nova Edisi 1990-2009.....	29
2	Gambar 1.2 Bagan Pengklasteran Sampel.....	42
3.	Gambar 2.1 Logo Tabloid Nova.....	49

DAFTAR TABEL

1.	Tabel 1.1 Unit Analisis dan Kategorisasi Penelitian	30
2.	Tabel 2.1 Rubrik-rubrik Tabloid Nova	50
3.	Tabel 3.1 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	72
4.	Tabel 3.2 Unit Analisis bahwa Perempuan Dekat dengan Masalah Keluarga dan Masalah Sehari – hari.....	75
5.	Tabel 3.3 Unit Analisis bahwa Perempuan Lincih dan Bergairah.....	77
6.	Tabel 3.4 Analisis bahwa Perempuan Suka Bergaya dan Berhias Diri.....	79
7.	Tabel 3.5 Unit Analisis bahwa Perempuan Memiliki Sifat Keibuan.....	81
8.	Tabel 3.6 Unit Analisis bahwa Perempuan Mudah Mengungkapkan Emosi.....	83
9.	Tabel 3.7 Unit Analisis bahwa Perempuan Lebih Memilih Bidang Pekerjaan dengan Unsur Relasi-Emosional.....	85
10.	Tabel 3.8 Unit Analisis bahwa Perempuan Mampu Menikmati Keindahan Apa Adanya.....	87
11.	Tabel 3.9 Unit Analisis bahwa Perempuan Memiliki Keteguhan Hati.....	88
12.	Tabel 3.10 Unit Analisis bahwa Perempuan Menyukai Tanggungjawabnya.....	90

13.	Tabel 3.11 Unit Analisis bahwa Perempuan Teliti dan Detil dalam Bekerja.....	91
14.	Tabel 3.12 Unit Analisis bahwa Perempuan Suka Mengisi Waktu Senggang dengan Hobi.....	93
15.	Tabel 3.13 Unit Analisis Aktivitas Perempuan.....	95
16.	Tabel 3.14 Unit Analisis Tempat Aktivitas Perempuan.....	98



DAFTAR GRAFIK

1.	Grafik 2.1 Pembaca NOVA Menurut Usia.....	51
2.	Grafik 2.2 Pembaca NOVA berdasar Status Pernikahan.....	52
3.	Grafik 2.3 Pembaca NOVA berdasar Status Kepemilikan Anak.....	53
4.	Grafik 2.4 Pembaca NOVA berdasar Pengeluaran Keluarga.....	54
5.	Grafik 2.5 Pembaca NOVA berdasar Pekerjaan.....	55
6.	Grafik 2.6 Pembaca NOVA berdasar Pendidikan	56
7.	Grafik 2.7 Pembaca NOVA berdasar Domisili.....	57
8.	Grafik 2.8 Pembaca NOVA berdasar Hobi.....	58
9.	Grafik 3.1 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Dekat dengan Masalah Sehari-hari dan Rumah Tangga Tahun 1990-1999 dan 2000-2009.....	75
10.	Grafik 3.2 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Lincih dan Bergairah, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	77
11.	Grafik 3.3 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Suka Bergaya dan Berhias Diri untuk Menarik Perhatian Orang Lain, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	80
12.	Grafik 3.4 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Memiliki Sifat Keibuan, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	82

13.	Grafik 3.5 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Mudah Mengungkapkan Emosi, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	83
14.	Grafik 3.6 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Lebih Memilih Bidang Pekerjaan dengan Unsur Relasi- Emosional, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	85
15.	Grafik 3.7 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Mampu Menikmati Keindahan Apa Adanya, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	87
16.	Grafik 3.8 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Memiliki Keteguhan Hati Terhadap Keputusannya, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	89
17.	Grafik 3.9 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Menyukai Tanggungjawabnya, Tahun 1990-1999 dan 2000-2009.....	90
18.	Grafik 3.10 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Teliti dan Detil, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	92
19.	Grafik 3.11 Persentase Unit Analisis Karakter Perempuan Senang Mengisi Waktu Luang dengan Hobi, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	93
20.	Grafik 3.12 Persentase Unit Analisis Aktivitas Perempuan, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	96
21.	Grafik 3.13 Persentase Unit Analisis Tempat Aktivitas Perempuan, Tahun 1990-1999 dan Tahun 2000-2009.....	98
22.	Grafik 3.14 Rangkuman Karakter Perempuan Tahun 1990-1999.....	101

23. Grafik 3.15
Rangkuman Hasil Uji Analisis tentang Karakter Perempuan Dalam
Iklan Advertorial di Tabloid Nova Tahun 2000-2009..... 115
24. Grafik 3.16
Rangkuman Aktivitas Perempuan yang Tergambar dalam Iklan
Advertorial di Tabloid Nova Tahun 1990an dan 2000an..... 126



DAFTAR LAMPIRAN

1. Daftar Populasi Iklan Advertorial Tabloid Nova
2. Daftar Sampel Penelitian
3. Coding Sheet
4. Guidline Pengisian Coding Sheet
5. Uji Reliabilitas
6. Contoh Iklan Advertorial di Tabloid Nova

ABSTRAKSI

Gambaran Karakter dan Peran Perempuan Era 1990an dan Era 2000an Dalam Iklan Advertorial di Tabloid Nova

Perempuan terkait dengan emansipasi yang selalu diperjuangkan menyisakan dilema tersendiri. Peluang perempuan untuk bekerja tidak dapat begitu saja meninggalkan nilai bahwa perempuan adalah ibu rumah tangga. Belum ada pembakuan atas citra perempuan yang ideal di Indonesia. Dampaknya, dalam menjalankan perannya perempuan akan secara latah mengikuti pola-pola yang sedang dominan dan menjadi acuan banyak orang.

Iklan advertorial turut memiliki peran untuk mempopulerkan pola-pola atau trend masyarakat. Iklan advertorial mampu menjadi “corong”, sebagai sumber informasi bagi perempuan di Indonesia tentang citra perempuan yang sedang dominan. Terkait dengan karakteristiknya yang menawarkan konsep beriklan dalam bentuk artikel, iklan advertorial dapat mengkomunikasikan suatu produk (yang menjadi sponsor) juga mengkomunikasikan realitas sosial yang aktual. Informasi yang dikemas dalam iklan advertorial tentu disesuaikan dengan tujuan beriklan. Selain itu, untuk memenuhi unsur kedekatan dengan target audiensnya, advertorial harus merupakan cerminan dari permasalahan yang nyata terjadi di masyarakat.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi yang bertujuan untuk melihat bagaimana iklan advertorial menggambarkan karakter dan peran perempuan di era 1990an dan era 2000an. Populasi terbagi menjadi dua, yaitu iklan advertorial tahun 1990-1999 dan iklan advertorial tahun 2000-2009. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling klaster dan random.

Pada akhirnya diperoleh hasil bahwa karakter perempuan yang tergambar dalam iklan advertorial di Tabloid Nova tahun 1990-1999, adalah karakter perempuan dekat dengan masalah sehari-hari dan masalah rumah tangga, perempuan lincah dan bergairah, perempuan suka bergaya dan berhias diri untuk menarik perhatian orang lain. Karakter perempuan yang tergambar pada tahun 2000-2009 adalah karakter perempuan yang dekat dengan masalah sehari-hari dan rumah tangga, memiliki sifat keibuan, dan menyukai tanggungjawabnya. Pada periode tahun 1990an iklan advertorial di Tabloid Nova menggambarkan perempuan yang memiliki banyak perhatian pada perawatan tubuh dan wajah. Sedangkan periode tahun 2000an iklan advertorial mulai banyak mengasosiasikan perempuan dengan keluarga. Pada tingkat peran, baik periode 1990an maupun periode 2000an, iklan advertorial tetap konsisten menggambarkan perempuan pada lingkup domestik.

Kata Kunci: Iklan Advertorial, Karakter Perempuan, Peran Perempuan.