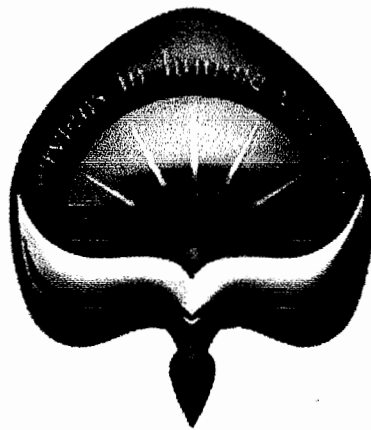


**PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN
KOSMETIK YANG MENGGUNAKAN MODEL PEREMPUAN
DI TELEVISI TAHUN 2008**

**Studi Analisis Isi tentang Kecenderungan Peran Perempuan
Dalam Iklan Kosmetik Yang Menggunakan Model Perempuan
Di Televisi Tahun 2008**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

**Oleh:
Bernadeta Susilowati Priatma Putri
04 09 02545/ Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2009**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN KOSMETIK
YANG MENGGUNAKAN MODEL PEREMPUAN
DI TELEVISI TAHUN 2008.**

Studi Analisis Isi tentang Peran Perempuan dalam Iklan Kosmetik
Yang Menggunakan Model Perempuan
di Televisi Tahun 2008.

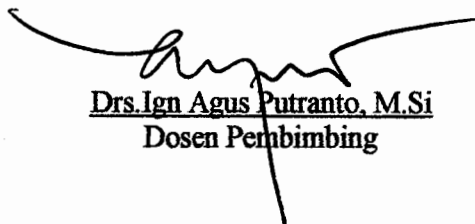
SKRIPSI

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 Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh :

Bernadeta Susilowati Priatma Putri
04 09 02545

Disetujui Oleh :



Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2009**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peran Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Yang Menggunakan Model Perempuan Di Televisi
Studi Analisis Isi tentang Peran Perempuan dalam Iklan Kosmetik Yang Menggunakan Model Perempuan di Televisi Tahun 2008.

Penyusun : Bernadeta Susilowati Priatma Putri

NIM : 04 09 02545

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : 16 Oktober 2009

Pukul : 14:00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si
Penguji Utama

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

Y. Bambang Wiratmojo, MA.
Penguji II



FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITEKNIK

A handwritten signature in black ink, positioned above a horizontal dotted line.

A handwritten signature in black ink, positioned above a horizontal dotted line.

A handwritten signature in black ink, positioned above a horizontal dotted line.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Bernadeta Susilowati Priatma Putri

No. Mahasiswa : 04 09 02545

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis :

KECENDERUNGAN PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN KOSMETIK YANG MENGGUNAKAN MODEL PEREMPUAN DI TELEVISI TAHUN 2008

(Studi Analisis Isi tentang Kecenderungan Peran Perempuan dalam
Iklan Kosmetik di Televisi Tahun 2008)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan / keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 29 Oktober 2009

Saya yang menyatakan



Bernadeta Susilowati Priatma Putri

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Bapa di surga, karena berkat rahmat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penulis percaya hanya dengan campur tangan Roh Kudus, skripsi yang proses penyelesaiannya membutuhkan waktu cukup lama ini akhirnya dapat mencapai tahap yang paling akhir.

Skripsi ini penulis susun karena penulis merasa tertarik mengenai kecenderungan penggambaran peran perempuan yang ditampilkan dalam iklan kosmetik di televisi yang tentu saja menampilkan perempuan sebagai model iklannya. Melalui penelitian yang jauh dari sempurna ini, penulis berharap bahwa hasil dari penelitian dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat, terutama yang berkaitan dengan masalah perempuan atau iklan di televisi.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak bisa lepas dari bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, secara langsung maupun tidak langsung. Maka, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya pada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan kasih-Nya dalam setiap hal yang penulis lakukan selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik. Percaya pada-Mu dan tidak berhenti berusaha, adalah hal terbaik yang pernah aku lakukan.
2. Keluarga kecilku yang sudah bertambah satu (Ibu, Bapak, Mba Ita, Mas Dimas), dan juga Eyang Djoeprihadi dan Eyang Cokro Utomo,

terimakasih untuk dukungan dan perhatiannya selama ini. Tante-tanteuku, Gendut dan Jenot, terimakasih supportnya.

3. Bapak Ign Agus Putranto selaku dosen pembimbing skripsi. Terimakasih atas kesabaran selama bimbingan dan terimakasih atas kelulusannya, akhirnya habis sudah jatah saya mengganggu waktu bapak untuk bimbingan skripsi.
4. Ibu F. Anita Herawati, SIP, M.Si. dan Bapak Y. Bambang Wiratmojo MA selaku dosen penguji. terimakasih atas kritik bimbingan dan kritik yang bapak dan ibu berikan, sehingga saya dapat memperbaiki kekurangan pada penelitian, meskipun belum sepenuhnya sempurna.
5. Staff Tata Usaha FISIP UAJY, terimakasih atas semua surat, KRS, pinjaman alat, transkrip raport, dan banyak lagi lainnya, yang mendukung proses ujian saya. Matur nuwun....
6. Leonardus Dimas Aryo Bimo selaku pendamping saya saat ini. Aku sudah lho yoq, kamu kapan? ☺ Thanks for all support, ice cream, monalisa, short message, fries noodles, taking care my PC, our long distance relationship for 6 months, Bandung trip, New Year Smoke, and everything...hope Joni will better soon, and we'll take the 80's Sunday trip together.
7. Tante Inang dan Om Yudhi. Terimakasih atas perhatiannya yang begitu besar pada saya selama proses skripsi ini, serta semua pertanyaan dan dukungannya.

8. Dua pengkoderku, Theresia Desi dan Gustin Chandra, terimakasih buat kalian berdua tidak akan ada habisnya. Bantuan kalian sudah berubah jadi angka dan analisis lho, mau??
9. High School BF; Dita, Maya, Oci, Erlina, Dicta, Dani. Terimakasih untuk pertanyaan “ Kapan lulus?” dan “Kapan Pendadaran-nya?” yang sudah membuat saya terpacu untuk giat mengerjakan skripsi kembali. Luv u..
10. Putri Werdiningsih. Special For You put, karena kamu adalah kamus berjalan, dan dosen pembimbing gratisanku. Uuuggghhh.....gak tau deh gimana kalo gak ada Putri. Lup lup...
11. Stella Marissa, Yudo, dan Wiwit, silent night, kopi plethok, Raminten, etc..dan semua “gojek kere” bersama, cukup menghibur di saat skripsi menjadi hal yang membosankan.
12. Teman-teman-dan-teman. Utin (Kejar Januari tiin), Lily, Yoga, Lewi, Anwar, Opik, Dito, Grego (ayo go, jangan miya miyu aja), Deni & Galih (karena kalian, aku bisa melihat orang yang aku kenal saat keluar ruang pendadaran.hihihi...), Nobu, Karin, Bam, Ndom, Simbah, Lopha, Kinan, Burock, Tyo Sunandar, dan semua yang gak bisa aku sebutin satu-satu.
13. Bohlam UAJY, lihat follower kalian di luar sana, berbanggalah karena prestasi kalian yang memang sudah luar biasa. Greaaatt!!!
14. Detik.com Yogyakarta. Mas Bagus, Mas Koni, Mas Uyung, Rina, Shasa (lup lup my office mate!), Fino, Wachid, Danang, Irvan, Mika Wiwid, Mba Ega (cup cup untuk si kecil), Mba Didi (detik Jakarta), Mas Didik, Mas Yanto. Detik.com is my unforgettable office..ever.

15. **LOWE DESIGN INDONESIA.** Boss Danang (salute for my boss, you rock!! I adore you much!), Budi (The Greatest Critic Director, salute!), Hario (Keep yourself healthy yaaa...), Mba Triana dan Triwahyuni (my Dynamic Duo), Ria Hartawan (My beautiful mama Ella ☺), Yogits Boy, Bayu (thanks for being my office table mate), Sulung dan Rege, Oktama Putra (keep younger with your action figure), Antok, Mas Djawul, Mas Adi Darda, Vito, Burat Pangeran, all staff, dan Activation Team. Youre all AWESOME... thanks for the opportunity to work with while I work on thesis. Two thumbs up!
16. **LOWE INDONESIA.** Soni Gumilang, Edwin, Rio, Firman Halim, Billy, Ajie, Mba Tata (thanks for the Bandung experience ☺). All creative team dan staff, -unstoppable creative thinker-
17. Amie-Chan BBDO, you brought me into heaven with my internship experience, thank you, gut lak there darlz ☺.
18. My Forever Inspiration, Budiman Hakim, Jimmy Lam, Ree, Alia, Tarcisius Lilo, Soni Gumilang, Juhi Kalia, Glenn Marsalim. Because of you I am still survive in the cruel world of advertising.
19. Ruri dan Mba Kristin, terimakasih atas tumpangan hidup selama satu bulan dan laptopnya, karena kalian aku gak hidup terlunta di Jakarta ☺
20. Teman-teman kost Radal baru (Rani, Farida, Erlin, Rika, dll), tunggu aku mengejar Jakarta lagi.
21. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, namun membawa semangat, motivasi, dan harapan selama proses mengerjakan tugas akhir

ini. Walaupun tidak saya tuliskan, tapi terimakasih ini lebih besar dari apapun juga. "do what you wanna do, say what you wanna say, and don't be afraid"-sayatetappercayapadasebuahproses-

Penulis masih menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis masih terus mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi orang-orang yang membacanya.

Yogyakarta, 29 Oktober 2009

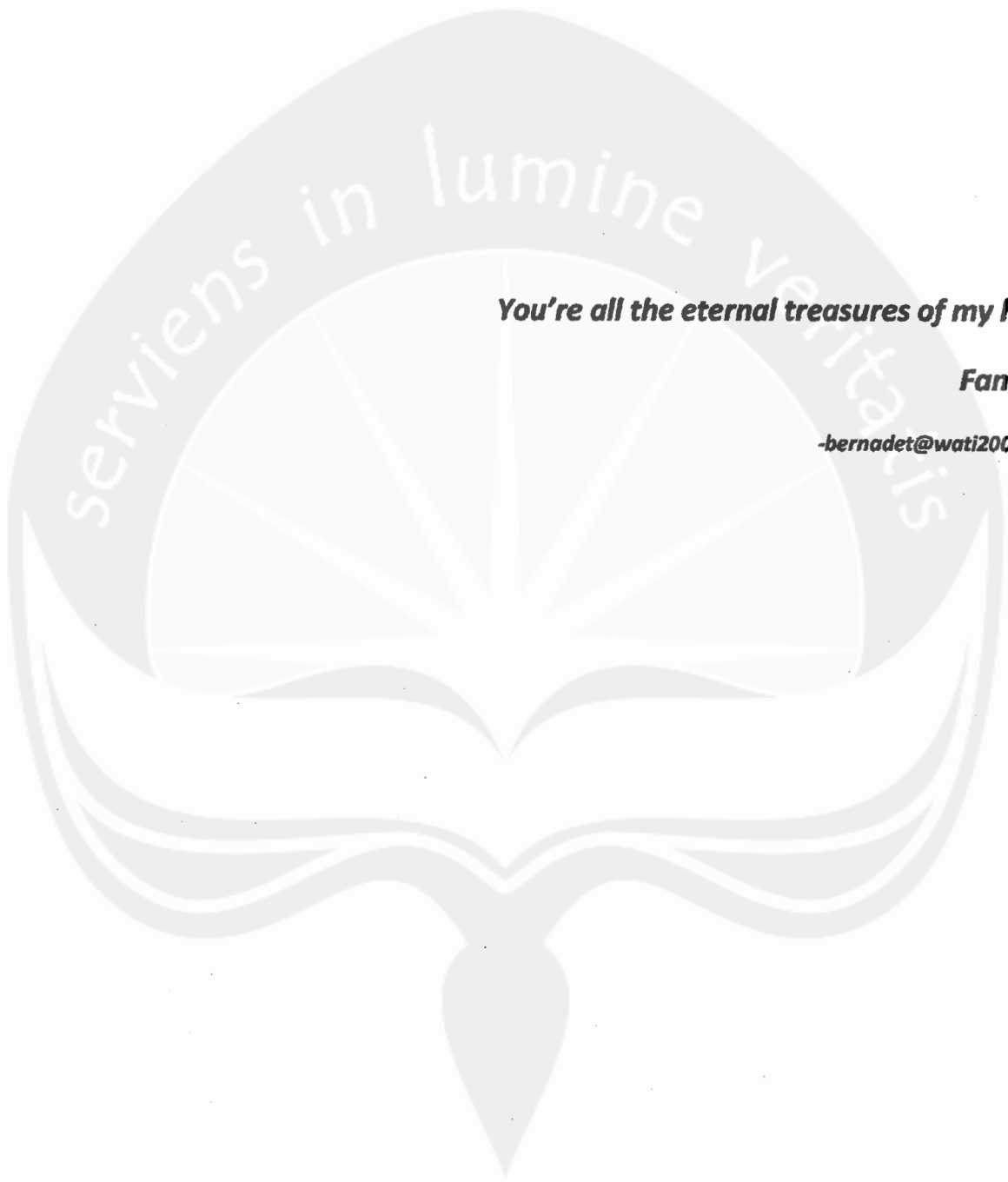
Penulis

ABSTRAKSI

Pada umumnya pekerjaan perempuan – sejauh ini – menimbulkan suatu gambaran tentang apa saja yang dikerjakan perempuan, dan perannya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Soerjono Soekanto (1986) bila seseorang menjalankan kedudukannya (tugasnya), maka ia menjalankan sebuah peran (Widyatama, 2006:97). Dalam dunia periklanan pada khususnya, perempuan dianggap mampu menjadi daya tarik bagi sebuah produk. Bila kecantikan (melalui model iklan) menjadi salah satu elemen iklan mendekorasi produk yang diiklankan, maka kecantikan sendiri telah menjadi bagian utama yang dikonstruksi oleh industri kecantikan. Pada kenyataannya iklan televisi kebanyakan ditujukan kepada kaum wanita, sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Survey Research Indonesia (SRI), yang menunjukkan bahwa kecenderungan produk komersial yang diiklankan televisi adalah alat-alat perlengkapan kecantikan, seperti kosmetik, sabun, shampo, pasta gigi, deodoran, dan lain-lain. Peranan wanita menjadi sangat dominan sebagai unsur pembawa keindahan dalam iklan di media massa khususnya televisi. Menurut perkiraan, 90 persen periklanan menggunakan wanita sebagai model iklannya (Tjitra, 1996; dalam <http://sbektiistiyanto.files.wordpress.com>). Perempuan digambarkan sebagai tokoh yang menggunakan produk-produk tersebut dengan berbagai peran dan aktivitas. Peneliti ingin menganalisis peran-peran perempuan yang divisualisasikan dalam iklan kosmetik di televisi, sebagai dunia yang sangat dominan dan tidak bisa dipisahkan dari wanita.

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis isi (*content analysis*). Unit analisis yang digunakan untuk mengukur peran bersumber pada teori peran Suhardono (1994). Teori tersebut kemudian diturunkan ke dalam beberapa aspek, yang perlu dianalisa dalam menggambarkan kecenderungan peran, yaitu; wilayah peran, sumber pesan, karakter pelaku utama, hubungan pelaku utama, daya tarik iklan.

Dari penelitian yang dilakukan, kesimpulan yang didapat menunjukkan bahwa perempuan masih cenderung ditempatkan sebagai sosok di dunia domestik dan *secondary place*. Fakta baru dimana perempuan banyak ditempatkan sebagai unsur dekoratif menegaskan perannya dalam iklan kosmetik di televisi hanya sebagai unsur keindahan saja. Asumsi peneliti bahwa perempuan akan ditampilkan lebih bebas dan mandiri dalam iklan kosmetik yang identik dengan dunianya ternyata tidak sepenuhnya terbukti. Meski perempuan juga ditempatkan pada area publik, namun ternyata lokasi tersebut tidak menunjukkan keterkaitan dengan bentuk-bentuk profesi tertentu. Namun pada bentuk hubungan yang dilihat dari jenis-jenis interaksinya, perempuan mampu tampil superior dengan membantu, memberi saran, ataupun berperan sebagai sumber pesan yang tunggal. Dilihat unsur-unsur daya tarik yang ditampilkan pada penelitian ini peneliti mengambil kesimpulan bahwa iklan kosmetik masih mengedepankan sisi informasi dan fakta, daripada sekedar keindahan dan kecantikan. Karena daya tarik iklan yang cenderung dapat terlihat adalah daya tarik rasional, dengan fakta dan informasi yang padat.



You're all the eternal treasures of my heart

Family...

-bernadet@wati2009-

***Jangan sedetikpun pernah berpikir untuk berhenti pada apapun juga.
Teruslah berlari seakan tak ada garis finish di depan sana.***

-bernadet@wati2009-



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	x
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
HALAMAN MOTTO.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori	8
1. Konsep Seks dan Gender	8
2. Publik dan Domestik.....	13
3. Peran	15
4. Perempuan dalam Iklan	17
5. Realitas Iklan	20
6. Iklan Televisi	23
F. Kerangka Konsep	29
G. Definisi Operasional	34
1. Wilayah peran	35
2. Posisi Sumber Pesan	36

3. Karakter	38
4. Hubungan Tokoh Utama	39
5. Daya Tarik Iklan	40
H. Metodologi Penelitian	41
a. Metode Penelitian	41
b. Sifat Penelitian	42
c. Teknik Pengumpulan Data	43
d. Populasi	43
e. Sample.....	45
f. Pengkodean	47
g. Reliabilitas	47
h. Unit Analisis	48
i. Analisis Data	49
j. Membuat Kesimpulan	49
 BAB II OBYEK PENELITIAN	
A. Profil Kosmetik	49
B. Kosmetik di Indonesia	51
C. Penggolongan Kosmetik	54
D. Iklan Kosmetik dan Perempuan	56
 BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Jumlah Iklan Kosmetik di Televisi Selama Tahun 2008	59
B. Hasil Temuan Data	61
C. Analisis Data	78
 BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	105
B. Saran	108

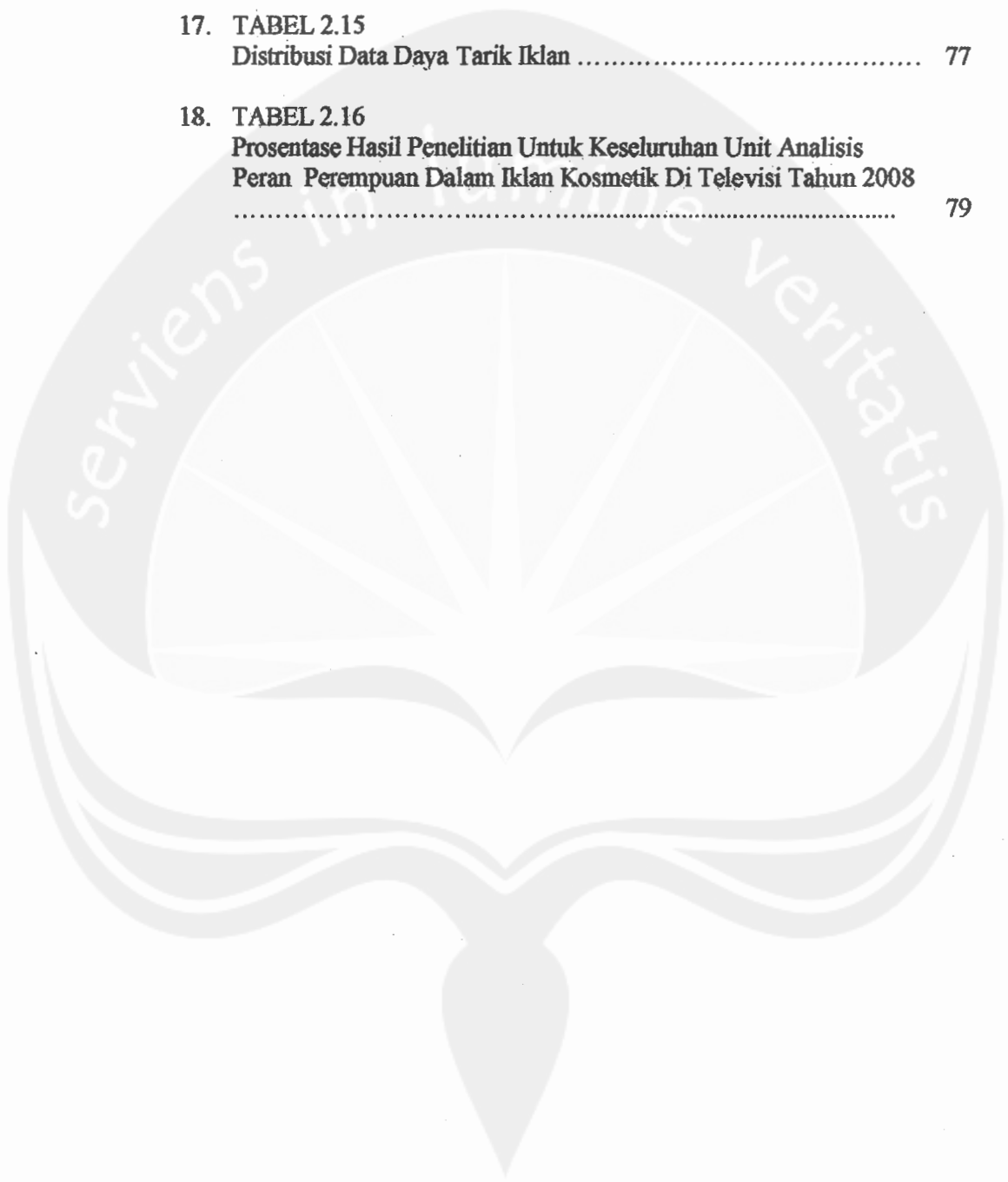
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

1.	TABEL 1.1 Unit Analisis Penelitian	33
2.	TABEL 1.2 Kategori Produk Kosmetik.....	46
3.	TABEL 2.1 Tabel Jumlah Obyek Penelitian.....	60
4.	TABEL 2.2 Subkatgeori Wilayah Lokasi	62
5.	TABEL 2.3 Distribusi Data Wilayah Lokasi	63
6.	TABEL 2.4 Distribusi Data Wilayah Lokasi berdasar Subkategori	64
7.	TABEL 2.5 Distribusi Data Wilayah Aktivitas	65
8.	TABEL 2.6 Distribusi Data Wilayah Aktivitas berdasar Subkategori	65
9.	TABEL 2.7 Distribusi Data <i>Person Involved</i>	68
10.	TABEL 2.8 Distribusi Data Atribut Sumber Pesan berdasar Subkategori	70
11.	TABEL 2.9 Distribusi Data Atribut Sumber Pesan	70
12.	TABEL 2.10 Distribusi Data Karakter Fisik	72
13.	TABEL 2.11 Distribusi Data Karakter Psikologi	74
14.	TABEL 2.12 Distribusi Data Hubungan Antar Tokoh	75
15.	TABEL 2.13 Distribusi Data Hubungan Tokoh dan Produk	75

16. TABEL 2.14	
Distribusi Data Daya Tarik Iklan Rasional berdasarkan Subkategori	75
17. TABEL 2.15	
Distribusi Data Daya Tarik Iklan	77
18. TABEL 2.16	
Prosentase Hasil Penelitian Untuk Keseluruhan Unit Analisis Peran Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Di Televisi Tahun 2008	79



DAFTAR GAMBAR

1.	SKEMA 1.1 Skema Penelitian Peran Perempuan.....	33
2.	SKEMA 2.1 Keterlibatan Sumber Pesan dalam Iklan Televisi.....	66
3.	SKEMA 2.2 Atribut Sumber Pesan Dalam Iklan Kosmetik	68
4.	SKEMA 2.3 Atribut Karakter Fisik Dalam Iklan Kosmetik	71
5.	SKEMA 2.4 Atribut Karakter Psikologi Dalam Iklan Kosmetik	72
6.	GRAFIK 1.1 Belanja Iklan Nasional 2004-2008	4
7.	GRAFIK 1.2 Belanja Iklan Nasional Tahun 2008	5
8.	GRAFIK 2.1 Grafik Wilayah Lokasi Peran Perempuan	82
9.	GRAFIK 2.2 Grafik Frekuensi Wilayah Lokasi Dalam Iklan Kosmetik Di Televisi Tahun 2008.....	83
10.	GRAFIK 2.3 Grafik Frekuensi <i>Person Involved</i> Dalam Iklan Kosmetik Di Televisi Tahun 2008	85
11.	GRAFIK 2.4 Grafik Frekuensi Atribut Sumber Pesan	88
12.	GRAFIK 2.5 Grafik Frekuensi Karakter Fisik Perempuan Dalam Iklan Kosmetik Di Televisi Tahun 2008.....	92
13.	GRAFIK 2.6 Grafik Frekuensi Karakter Psikologi Dalam Iklan Kosmetik Di Televisi Tahun 2008	94

14.	GRAFIK 2.7 Grafik frekuensi Analisis Kategori Hubungan antar Tokoh.....	97
15.	GRAFIK 2.8 Grafik Frekuensi Analisis Kategori Hubungan Tokoh - Produk.....	100
16.	GRAFIK 2.9 Diagram Frekuensi Analisis Kategori Daya Tarik Iklan Rasional ...	102
17.	GRAFIK 2.10 Diagram Frekuensi Analisis Kategori Daya Tarik Iklan Rasional ...	104
18.	GAMBAR 1.1 Iklan Televisi Rexona Roll On Versi Lift.....	82
19.	GAMBAR 1.2 Iklan Olay Total Effect versi Sanny Benjamin	84
20.	GAMBAR 1.3 Iklan Viva Cosmetics Versi 3 Wanita	87
21.	GAMBAR 1.4 Iklan Viva Milk Cleanser versi Pure Water	89
22.	GAMBAR 1.5 Iklan Axe Effect Versi Situs Internet	90
23.	GAMBAR 1.6 Iklan Kosmetik Bedak Marcks Versi Alyssa Subandono	92
24.	GAMBAR 1.7 Iklan Kosmetik Kategori Perawatan Mata Maybelline Versi Hypercurl Mascara	93
25.	GAMBAR 1.8 Iklan Kosmetik Kategori Perawatan Mulut Close Up Crystal Frost Versi Big Ben	95
26.	GAMBAR 1.9 Iklan Kosmetik Vaseline Hand N Body Lotion Versi Healthy White.	98
27.	GAMBAR 1.10 Iklan Kosmetik Lux Magic Spell Versi Luna Maya	100

28. GAMBAR 1.11	
Iklan Kosmetik Olay Total Effect Versi Rp.53.000	103
29. GAMBAR 1.12	
Iklan Kosmetik Ponds Versi Oil Solution	105



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Iklan Kosmetik Tahun 2007
- Lampiran 2 Contoh *Coding Sheet*
- Lampiran 3 Guideline *Coding Sheet*
- Lampiran 4 Lembar Persetujuan *Coding Sheet*
- Lampiran 5 Lembar Penilaian *Coding Sheet*
- Lampiran 6 Lembar Perhitungan Uji Reliabilitas

