

**PENGGAMBARAN PEREMPUAN MUSLIM DALAM IKLAN
PRODUK KECANTIKAN HIJAB *FRESH - FRESH HAND & BODY*
LOTION VERSI “BEBAS PEDE”**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
DITA DEVITA
NRP. 1423015169

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2019

SKRIPSI

PENGGAMBARAN PEREMPUAN MUSLIM DALAM IKLAN PRODUK KECANTIKAN HIJAB *FRESH - FRESH HAND & BODY* *LOTION* VERSI “BEBAS PEDE”

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh:
DITA DEVITA
NRP. 1423015169

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2019

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Dita Devita

NRP : 1423015169

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

Penggambaran Perempuan Muslim dalam Iklan Produk Kecantikan Hijab
Fresh - Fresh Hand & Body Lotion versi “Bebas PeDe”

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 25 Juni 2019

Penulis



Dita Devita

NRP. 1423015169

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGGAMBARAN PEREMPUAN MUSLIM DALAM IKLAN
PRODUK KECANTIKAN HIJAB *FRESH - FRESH HAND & BODY*
LOTION VERSI “BEBAS PEDE”**

Oleh :

Dita Devita

NRP. 1423015169

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.

NIK. 142.10.0659



Pembimbing II : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom.

NIK. 142.09.0634



Surabaya, 17 Mei 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Kamis, 13 Juni 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji :


1. Ketua : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK. 142.09.0647



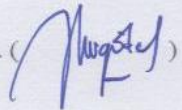
2. Sekretaris : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.

NIK. 142.10.0659



3. Anggota : Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom. (

NIK. 142.15.0849



4. Anggota : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom. (

NIK. 142.09.0634



**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Dita Devita

NRP : 1423015169

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **Penggambaran Perempuan Muslim dalam Iklan Produk
Kecantikan Hijab *Fresh - Fresh Hand & Body Lotion* versi
"Bebas PeDe"**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas
sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 2019

Yang menyatakan,



Dita Devita

KATA PERSEMBAHAN

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti bisa mengerjakan dan menyelesaikan skripsi. Peneliti juga berterima kasih kepada keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti, selama peneliti mengerjakan skripsi, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada peneliti selama mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Di antaranya kepada para dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Widya Mandala Surabaya, serta para sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan semangat dan dukungannya kepada peneliti. Sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Salah satu kalimat yang menjadi pegangan bagi peneliti selama menyelesaikan laporan ini, berasal dari salah satu ayat di kitab suci yang berbunyi:

“Banyaklah rancangan di hati manusia tetapi keputusan TUHANlah yang terlaksana”

-Amsal 19 : 21-

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan berkat-Nya yang selalu menyertai peneliti selama peneliti mengerjakan dan menyelesaikan skripsi serta memberikan kelancaran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Orang tua penulis yakni Papa Hendry Wijaya dan Mama Miarta serta Davin Nathaniel Wijaya selaku adik peneliti, yang senantiasa mendukung, memotivasi dan memberi semangat peneliti dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si., selaku dosen pembimbing pertama peneliti yang selalu dengan sabar membimbing peneliti dan memberikan saran terbaik kepada peneliti dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom, selaku dosen pembimbing kedua peneliti yang selalu dengan sabar membimbing peneliti dan memberikan saran terbaik kepada peneliti dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi yang membantu peneliti berkaitan dengan segala hal administrasi terkait kebutuhan skripsi.
5. Kepada sahabat peneliti, yaitu Ermilia Angganita, yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada peneliti, bersedia mendengarkan keluh kesah peneliti selama peneliti mengerjakan dan

menyelesaikan skripsi, dan memberikan saran-saran ketika peneliti saat menghadapi kesulitan.

6. Kepada teman-teman sekelompok peneliti, yakni Yuliana, Nona, Sherly, dan Valen, yang telah menjadi tempat bagi peneliti untuk bisa menuangkan segala pikiran dan menjadi tempat penghibur bagi peneliti.
7. Kepada teman-teman komunitas gereja yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan solusi terbaik bagi peneliti selama mengerjakan dan menyelesaikan skripsi.

Demikian peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, peneliti mengharapkan masukan, kritik dan saran yang mendukung untuk kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Terima kasih, Tuhan memberkati.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Penelitian	12
I.4 Batasan Masalah	12
I.5 Manfaat Penelitian	13
I.5.1 Manfaat Sosial	13
I.5.2 Manfaat Praktis	13
I.5.3 Manfaat Akademis	13
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS	14
II.1 Iklan Televisi	14
II.2 Iklan dan Budaya Populer	17
II.3 Perempuan dalam Iklan	18

II.3.1 Perempuan Muslim Indonesia.....	20
II.4 Konsep Patriarki	27
II.5 Peran Gender	30
II.6 Maskulinitas	31
II.7 Pandangan Semiotika dalam Memaknai Tanda	32
II.7.1 Semiotika Charles Sanders Peirce	34
II.8 Nisbah antar Konsep	37
II.9 Bagan Kerangka Konseptual	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
III.2 Metode Penelitian	40
III.3 Objek dan Subjek Penelitian.....	41
III.4 Unit Analisis	41
III.5 Teknik Pengumpulan Data	42
III.6 Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	47
IV.1.1 Iklan Hijab <i>Fresh - Fresh Hand & Body Lotion</i>	47
IV.1.2 Alur Iklan Hijab <i>Fresh - Fresh Hand & Body Lotion</i> versi “Bebas PeDe”.....	48
IV.2 Temuan dan Pembahasan	50
IV.2.1 Identifikasi Tanda.....	50
IV.2.2 Analisis Tanda Ikon.....	54
IV.2.3 Analisis Tanda Indeks	66
IV.2.4 Analisis Tanda Simbol.....	71
IV.3 Pembahasan.....	82
BAB V PENUTUP	85
V.1 Kesimpulan.....	85

V.2 Saran	86
V.2.1 Saran Akademis	86
V.2.1 Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Bagan Kerangka Konseptual.....	39
---	----

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Contoh identifikasi tanda pada iklan Hijab <i>Fresh - Fresh Hand & Body Lotion</i> versi “Bebas PeDe”	46
Tabel IV.1 Identifikasi Tanda dalam Iklan Hijab <i>Fresh - Fresh Hand & Body Lotion</i> versi “Bebas PeDe”	51
Tabel IV.2 Alat musik yang dimainkan oleh perempuan Muslim	54
Tabel IV.3 Tempat perempuan Muslim bermain <i>band</i>	56
Tabel IV.4 Pakaian perempuan Muslim dalam olahraga	59
Tabel IV.5 Pakaian perempuan Muslim dalam olahraga	61
Tabel IV.6 Warna strap gitar dan alat musik dalam permainan <i>band</i> ...	66
Tabel IV.7 Ekspresi wajah perempuan Muslim	68
Tabel IV.8 Perempuan Muslim bermain <i>band</i>	71
Tabel IV.9 Perempuan Muslim dalam olahraga tinju	74
Tabel IV.10 Perempuan Muslim dalam olahraga skateboard	76
Tabel IV.11 Teks “Hijab Bukan Hambatan”	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Iklan Citra <i>Pearly White</i> “Wajah Halus dan Bersinar Secantik Mutiara”	8
Gambar I.2 Iklan Wardah “ <i>Girls Day Out</i> ”	9
Gambar II.1 Model Segitiga Peirce	35
Gambar III.1 Model Segitiga Peirce	43
Gambar IV.1 Produk Hijab <i>Fresh Hand & Body Lotion</i>	47
Gambar IV.2 Alat-alat yang terdapat di tempat bermain <i>band</i>	58
Gambar IV.3 Strap gitar yang dipakai Firda	67
Gambar IV.4 Warna alat musik yang dipakai Euis dan Firda	68
Gambar IV.5 Ekspresi wajah Firda Kurnia dan Euis Siti Aisyah	73
Gambar IV.6 Revin Chairani menunjukkan keahliannya dalam bermain <i>skateboard</i>	79

ABSTRAK

Dita Devita. NRP. 1423015169. *Penggambaran Perempuan Muslim dalam Iklan Produk Kecantikan Hijab Fresh - Fresh Hand & Body Lotion versi "Bebas PeDe"*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggambaran perempuan Muslim dalam iklan produk kecantikan Hijab *Fresh - Fresh Hand & Body Lotion* versi "Bebas PeDe". Dalam iklan ini, perempuan Muslim digambarkan berbeda dengan realita sosial yang ada. Perempuan Muslim ditampilkan berbeda dalam hal aktivitas yakni bermain *band* dan melakukan olahraga serta dalam hal pakaian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian semiotika Charles Sanders Peirce. Hasil penelitian yang didapatkan oleh peneliti adalah perempuan Muslim dalam iklan tersebut ditampilkan dengan melakukan kegiatan-kegiatan maskulin, yang diidentikkan dengan laki-laki tetapi tetap dengan menggunakan pakaian Muslim mereka yang menutup aurat. Perempuan Muslim juga digambarkan sebagai perempuan yang berkedudukan setara, bebas beraktivitas, *sporty*, percaya diri, selalu bahagia, bisa meraih kebebasan tanpa melanggar batas, merasa nyaman dengan pakaian yang dikenakannya, dan tetap menampilkan sisi feminimnya walaupun sedang melakukan aktivitas yang maskulin.

Kata Kunci : Semiotika, Perempuan Muslim, Maskulinitas, Iklan, Penggambaran

ABSTRACT

Dita Devita. NRP. 1423015169. *Depiction of Muslim Women in the Fresh Hijab Beauty Product Advertisement - “Bebas PeDE” version of Fresh Hand & Body Lotion Beauty.*

This study aims to find out the depiction of Muslim women in the advertisement of the *Fresh Hijab Beauty Product Advertisement - “Bebas PeDE” version of Fresh Hand & Body Lotion Beauty*. In this advertisement, Muslim women are portrayed differently from existing social realities. Muslim women in this advertisements are shown by carrying out masculine activities, which are identified with men but still by wearing Muslim clothes that cover their genitals. The research method used is the Charles Sanders Peirce semiotic research method. Muslim women are shown differently in terms of activities such as playing bands, doing sports and also in terms of clothing. Muslim women are also described as women of equal standing, free to do activities, sporty, confident, always happy, can achieve freedom without breaking the line, feel comfortable with clothes worn, and still display the feminine side while doing masculine activities.

Keywords: Semiotics, Muslim Women, Masculinity, Advertisement, Depiction