

**PENGGAMBARAN PEREMPUAN DALAM IKLAN OLAY -
BERANI DI SEGALA USIA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:
Elisabeth Jovanka Catherina
NRP.1423017115

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2020**

SKRIPSI

**PENGGAMBARAN PEREMPUAN DALAM IKLAN OLAY -
BERANI DI SEGALA USIA**

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



Disusun Oleh:

Elisabeth Jovanka Catherina

NRP.1423017115

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2020**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Elisabeth Jovanka Catherina

NRP : 1423017115

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**PENGGAMBARAN PEREMPUAN DALAM IKLAN OLAY – BERANI DI
SEGALA USIA**

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, 19 Januari 2021

Penulis



Elisabeth Jovanka Catherina

NRP. 1423017115

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Pada tanggal 19 Januari 2021

Mengesahkan

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si

NIDN : 0630077303

Dewan Penguji

1. Ketua : Brigita Revia Sandy Fista, S.I.Kom.,M.Med.Kom (..........)
NIDN : 0715108903
2. Sekretaris : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom (..........)
NIDN : 0725058704
3. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si (..........)
NIDN : 0630077303
4. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom (..........)
NIDN : 0702087602

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGGAMBARAN PEREMPUAN DALAM IKLAN OLAY –
BERANI DI SEGALA USIA**

Oleh:

Elisabeth Jovanka Catherina

NRP. 1423017115

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

Pembimbing I : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom (.....)

NIDN. 0725058704

Pembimbing II : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)

NIDN. 0702087602

Surabaya, 19 Januari 2021

Elisabeth Jovanka Catherina

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Elisabeth Jovanka Catherina

NRP : 1423017115

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **PENGGAMBARAN PEREMPUAN DALAM IKLAN
OLAY- BERANI DI SEGALA USIA**

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

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

Surabaya, 19 Januari 2021



Elisabeth Jovanka Catherina

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Proses panjang tersusunnya skripsi mulai dari mencari fenomena dan judul sampai terselesaikannya skripsi dengan revisi berkali-kali ini. Dengan doa dan semangat dari keluarga serta teman-teman penulis, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Semoga skripsi ini dapat menghantarkan penulis yang menjadi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Surabaya, 19 Januari 2021

Elisabeth Jovanka Catherina

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul ‘Penggambaran Perempuan dalam Iklan Olay - Berani di Segala Usia’ dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua saya, Stefanus Yuyut dan Triana Sitorus yang sudah dengan sabar merawat, mendidik, dan mendukung saya selama ini.
2. Abe, Yangti, Tante Ferry, Tante Juli, Tante Lina, dan anggota keluarga yang lainnya yang telah mendukung segala pendidikan saya dan dengan sabar mendengar keluh kesah saya selama ini.
3. Theresia Intan, S.Sos., M.I.Kom selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar meluangkan waktu dan memberikan saran yang berguna bagi kelancaran skripsi sampai dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
4. Akhsaniyah, S.Sos, M.Med.Kom selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar meluangkan waktu dan memberikan saran yang berguna bagi kelancaran skripsi sampai dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
5. Brigitta Revia, S.I.Kom., M.Med.Kom selaku dosen penguji I yang telah menguji dan memberikan saran yang membuat skripsi ini menjadi lebih baik.

6. Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji II yang telah menguji dan memberikan saran yang membuat skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Teman terdekat peneliti di kampus yang tergabung dalam Sembarang Grup (Rainda Regina, Reine Kristiana, Yohanes Vandy, Safira Deftanti) yang sudah dengan sabar mendengar keluh kesah selama pembuatan skripsi ini setiap malam.
8. Teman terdekat peneliti dari zaman sekolah yaitu Tirza, Danan, Rut, Jeje, Gaby, Dio, dan Edo yang sudah dengan sabar menemani saya dalam pengerjaan skripsi ini dan dengan sabar mendengar keluh kesah saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis berharap mendapatkan kritik dan saran atas skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Sekian dan terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR BAGAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah.....	10
I.3. Tujuan Penelitian	10
I.4. Batasan Masalah	10
I.5. Manfaat Penelitian	11
I.5.1. Manfaat Akademis	11
I.5.2. Manfaat Praktis	11

BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS	12
II.1. Penelitian Terdahulu	12
II.2. Tinjauan Pustaka	18
II.2.1. Konsep Gender	18
II.2.2. Maskulinitas Pada Perempuan	19
II.2.3. Perempuan Karir	21
II.2.4. Konstruksi Sosial Tentang Perempuan	23
II.2.5. Iklan Sebagai Media Konstruksi Sosial	24
II.2.6. Semiotika Charles Sanders Pierce	25
II.3. Nisbah Antar Konsep	27
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	29
BAB III. METODE PENELITIAN.....	30
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
III.2. Metode	30
III.3. Objek dan Subjek Penelitian	31
III.4. Unit Analisis	31
III.5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
III.6. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	34
IV.2. Temuan Data dan Pembahasan	36
IV.2.1 Identifikasi Tanda	36

IV.2.2 Analisis Tanda dan Interpretasi Iklan Olay – Berani di Segala Usia	39
IV.2.2.1 Perempuan Karir	40
IV.2.2.2 Perempuan Kuat	45
IV.2.2.3 Perempuan Independen	52
IV.2.2.4 Perempuan Dapat Mengambil Keputusan	55
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	67
V.1. Kesimpulan	67
V.2. Saran	67
V.2.1 Saran Akademik	67
V.2.1 Saran Praktis	68
DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel II.1.1 Jurnal Yang Dikutip	12
Tabel III.6.1 Analisis data iklan Olay – Berani di Segala Usia.....	33
Tabel IV.2.1.1 Perempuan Karir	36
Tabel IV.2.1.2 Perempuan Kuat.....	37
Tabel IV.2.1.3 Perempuan Independen.....	37
Tabel IV.2.1.4 Perempuan Mengambil Keputusan.....	38
Tabel IV.2.2.1.1 Perempuan Karir	40
Tabel IV.2.2.2.1 Perempuan Kuat.....	45
Tabel IV.2.2.3.1 Perempuan Independen.....	52
Tabel IV.2.2.4.1 Perempuan Mengambil Keputusan.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.1 Iklan Ponds – Fighting Hijab	5
Gambar I.1.2 Iklan Olay Total Effect Tara basro	7
Gambar I.1.3 Iklan Olay – Berani di Segala Usia	8
Gambar II.2.6.1 Model Triadic	24
Gambar III.3.1 Iklan Olay – Berani di Segala Usia.....	31
Gambar III.6.1.1 Pemeran Utama Berada di Kantor	31
Gambar III.6.1.2 Pemeran Utama Keluar dari Kantor	31
Gambar IV.1.1.1 Iklan Olay – Berani di Segala Usia	34
Gambar IV.2.2.1.1 Perempuan Sedang Bekerja	40
Gambar IV.2.2.1.2 Perempuan Bekerja Dalam Iklan Olay Total Effect Tara Basro	42
Gambar IV.2.2.2.1 Perempuan Terjatuh Dari Sepeda	45
Gambar IV.2.2.2.2 Perempuan Sedang Olahraga Dalam Iklan Olay Total Effect Tara Basro	49
Gambar IV.2.2.2.3 Anak Kecil Perempuan di Tempat Tidur	50
Gambar IV.2.2.3.1 Perempuan Sedang Makan Dengan Keluarga Besarnya	52
Gambar IV.2.2.4.1 Perempuan Dengan Ayah dan Ibunya Sedang Makan Malam	55
Gambar IV.2.2.4.2 Raut Wajah Orang Tua Tokoh Utama	56

Gambar IV.2.2.4.3 Perempuan Sedang Berkemas.....	58
Gambar IV.2.2.4.4 Perempuan Diantar Orangtuanya ke Bandara .	59
Gambar IV.2.2.4.5 Perempuan Tersenyum	60
Gambar IV.2.2.4.6 Perempuan Menjadi Fotografer	61
Gambar IV.2.2.4.7 Perempuan Berada di Bandara.....	63

DAFTAR BAGAN

Bagan II.4.1 Bagan Kerangka Konseptual.....29

ABSTRAK

Elisabeth Jovanka Catherina, NRP. 1423017115. *Penggambaran Perempuan Dalam Iklan Olay – Berani di Segala Usia.*

Fenomena sosial mengenai perempuan masih banyak dibicarakan di masyarakat. Perempuan seringkali diidentikkan dengan sifat feminim yang melekat, seperti lemah lembut. Perempuan juga banyak dikaitkan dengan peran domestik. Namun, kini sudah mulai banyak perempuan yang berkarir dan berada pada sektor domestik. Stereotipe tentang perempuan tersebut juga salah satunya dibangun oleh media melalui iklan. Iklan banyak menampilkan perempuan berada di sektor domestik dan erat dengan sifat feminim. Namun, sekarang mulai banyak bermunculan iklan yang menampilkan seorang perempuan sebagai perempuan karir yang berada pada sektor publik serta memiliki bersifat maskulin. Perempuan dalam iklan mulai banyak digambarkan memiliki sifat maskulin yaitu perempuan karir yang kuat, mandiri atau independen, dan dapat mengambil keputusan sendiri. Penelitian ini menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce untuk melihat tanda berupa ikon, indeks, dan simbol dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah perempuan dalam iklan Olay – Berani di Segala Usia digambarkan sebagai perempuan yang memiliki karir, perempuan kuat, perempuan mandiri atau independen, dan perempuan yang dapat mengambil keputusan sendiri.

Kata kunci: Penggambaran, iklan, perempuan karir, maskulinitas perempuan, semiotika

ABSTRACT

Research entitled Depiction of Women in Olay Ads - Brave at All Ages. This research was conducted to determine how the depiction of women in Olay advertisements - Brave at all ages. The social phenomenon regarding women is still widely discussed in society. Women are often identified with inherent femininity, such as meekness. Women are also widely associated with domestic roles. However, now many women have started a career and are in the domestic sector. One of the stereotypes about women is the construction of the media through advertisements that feature women in the domestic sector and are closely related to femininity. However, nowadays there are many advertisements showing women in the public sector who are masculine. These traits include being a career woman who is strong, independent, and can make her own decisions. This research is a qualitative research using Charles Sanders Peirce's semiotic method to see signs in the form of icons, indexes and symbols. The results of this study show that women in the Olay advertisement - Brave at All Ages are described as women who have careers, strong women, independent or independent women, and women who can make their own decisions.

Keywords: *Depiction, Advertisement, Career women, Female masculinity, Semiotics*