

Sikap remaja terhadap wanita sebagai objek seks dalam iklan (penelitian terhadap iklan rodeo jeans di majalah mode)

Dinatri Zulyadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285342&lokasi=lokal>

Abstrak

Dewasa ini banyak dijumpai iklan yang menampilkan wanita sebagai objek seks. Begitu juga pada iklan-iklan yang ditujukan untuk kaum remaja. Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana sikap remaja terhadap penampilan wanita sebagai objek seks dalam iklan pada umumnya dan iklan Rodeo Jeans pada khususnya (di majalah Mode). Peneliti mengasumsikan bahwa sikap remaja tersebut dipengaruhi oleh exposure-nya terhadap media-media yang banyak menampilkan wanita sebagai objek seks (menonton film bioskop produksi USA/Hollywood, membaca majalah Matra dan Popular). Dalam penelitian ini juga diasumsikan bahwa exposure tersebut ditentukan oleh jenis kelamin dan pendidikan formal remaja. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survei. Sampel diambil dengan menggabungkan teknik penarikan sampel sengaja dan bola salju (snowball). Jumlah sampel yang diambil adalah 96 remaja pembaca tetap majalah Mode yang bertempat tinggal di DKI Jakarta, yang mewakili masing-masing tingkat pendidikan formal dan jenis kelamin. Dari hasil penelitian ini didapat bahwa mayoritas responden bersikap negatif (menentang) terhadap wanita sebagai objek seks dalam iklan pada umumnya dan iklan Rodeo Jeans pada khususnya. Exposure seorang remaja juga mempengaruhi sikapnya terhadap wanita sebagai objek seks dalam iklan pada umumnya dan iklan Rodeo Jeans pada khususnya, yaitu semakin tinggi exposure semakin positif sikapnya. Jenis kelamin seorang remaja juga mempengaruhi exposure, yaitu remaja wanita mayoritas exposure-nya rendah, sedangkan remaja pria mayoritas exposure-nya tinggi. Pendidikan formal pada penelitian ini tidak mempengaruhi exposure. Jenis kelamin tidak berpengaruh pada hubungan antara exposure dan sikap terhadap wanita sebagai objek seks dalam iklan pada umumnya dan dalam iklan Rodeo Jeans pada khususnya. Tingkat pendidikan formal tidak berpengaruh pada hubungan antara exposure dan sikap terhadap wanita sebagai objek seks dalam iklan pada umumnya dan dalam iklan Rodeo Jeans pada khususnya.