

Pemilihan Kata dalam Iklan Kontak Jodoh sebagai Cerminan Citra Wanita Indonesia

Setiawati Darmojuwono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75791&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini memusatkan perhatian pada citra wanita Indonesia yang tercermin dalam iklan kontak jodoh. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini, bagaimanakah citra wanita Indonesia yang tercermin dalam iklan kontak jodoh ? Apakah perubahan dan pergeseran peran sosial wanita dalam keluarga dan masyarakat mengubah citra wanita Indonesia sesuai dengan peran barunya, ataukah citra wanita Indonesia tetap dipengaruhi oleh stereotip tentang perempuan yang ada dalam masyarakat dan mungkin telah sesuai dengan citra wanita Indonesia.

Dari aspek linguistis penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan teori linguistik yang berkaitan dengan fungsi teks iklan yang dianggap memiliki fungsi informatif, apelatif dan persuasif. Permasalahan ini diteliti dari aspek linguistis dan sosiologis. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 iklan kontak (jodoh) yang terbit dalam tahun 1997, 1998, 1999. Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa, citra wanita Indonesia yang diungkapkan oleh kaum perempuan berbeda dengan stereotip perempuan yang hidup dalam masyarakat. Sebagian besar informan telah mampu melepaskan diri dari stereotip perempuan yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat, namun tidak sesuai dengan citra mereka. Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa, teks iklan kontak jodoh merupakan indikator sosiologis pengirim pesan. Fungsi informatif tidak terbatas pada penggambaran sesuatu yang diiklankan, namun juga merupakan pengungkapan perasaan, keinginan dan harapan subyek yang diiklankan.