



UNIVERSITAS INDONESIA

**PEMAKNAAN TERHADAP NILAI “AWET MUDA” DALAM
IKLAN KOSMETIK *ANTI-AGING* OLEH KHALAYAK
PEREMPUAN
(STUDI PADA IKLAN TELEVISI POND’S AGE MIRACLE
VERSI “DONNA-DARIUS”)**

SKRIPSI

**CITRA DINANTI
0806 380 666**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
JULI 2010**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PEMAKNAAN TERHADAP NILAI “AWET MUDA” DALAM
IKLAN KOSMETIK *ANTI-AGING* OLEH KHALAYAK
PEREMPUAN
(STUDI PADA IKLAN TELEVISI POND’S AGE MIRACLE
VERSI “DONNA-DARIUS”)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial

**CITRA DINANTI
0806 380 666**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN PERIKLANAN
DEPOK
JULI 2010**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Citra Dinanti

NPM : 0806 380 666

Tanda Tangan :

Tanggal : 14 Juni 2010



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Citra Dinanti
NPM : 0806380666
Program Studi : Periklanan
Judul Skripsi : Pemaknaan Terhadap Nilai "Awet Muda" dalam Iklan Kosmetik *Anti-Aging* oleh Khalayak Perempuan (Studi pada Iklan Televisi Pond's Age Miracle Versi "Donna-Darius")

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Periklanan, Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Drs. Sunarto Prayitno, M.Si. (.....)
Penguji : Soraya, S.Sos., M.Si. (.....)
Ketua Sidang : Drs. Harun Sanif (.....)
Sekretaris Sidang : Dra. Martini Mangkoedipoero, M.Si(.....)

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 1 Juli 2010

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial Jurusan Ilmu Komunikasi Kekhususan Periklanan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Askariani Hidayat, M.Si selaku Ketua Program Ekstensi Komunikasi Universitas Indonesia atas perhatiannya selama ini;
2. Drs. Sunarto Prayitno, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyusun skripsi ini;
3. Soraya, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji atas waktu, kritik dan sarannya;
4. Drs. Harun Sanif selaku ketua sidang skripsi atas waktu dan perhatiannya;
5. Dra. Martini Mangkoedipoero, M.Si selaku sekretaris program ekstensi komunikasi dan sekretaris sidang skripsi atas waktu dan perhatiannya;
6. Para informan yang namanya tidak bisa saya sebutkan, yang telah bersedia untuk meluangkan waktu untuk berbagi pandangan dan opini yang sekiranya kemudian menjadi data dalam skripsi ini;
7. Ibu Dewantarie Hadikoesoemo, selaku *Creative Director* Ogilvy yang sudah meluangkan waktu untuk membalas surat elektronik mengenai proses kreatif pembuatan iklan televisi Pond's age Miracle versi "Donna-Darius";
8. Seluruh teman-teman Ekstensi Periklanan angkatan 2008, atas segala doa dan dukungannya selama masa perkuliahan, bimbingan dan pengerjaan skripsi;
9. Seluruh teman-teman D3 Periklanan angkatan 2005, yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan dalam mencarikan data selama pengerjaan skripsi;

10. Anissa Prawiradilaga, Nita Adawiyah, Randy Rahmadi, Yoanita Widya Bintari, Safrini Malahayati, Ariesti Yurida, Yullya Andina, Sally Kusumadewi, dan Destiana Rinelva, yang telah banyak memberikan dukungan moril dan inspirasi;
11. Adinda Galuh, Anissa Nurhayati, Sylvie Nurfebria, Ristya Ariani dan Oswald Ririmasse teman baru berbagi cerita dimasa perkuliahan;
12. Daliah Wahyuni, Rr. Adisti D.P, Yuniar Eka Putri, Adityo Wiby Putranto, Raden Zetta Gustrin, Nabyl Farizi, Arya Paradigdaya dan Theresia Listya Marmita yang telah banyak membantu selama menjadi teman sekelompok dimasa-masa perkuliahan;
13. Rima Rachmani, Astriani Widyastuti, Media Friesna, Syarifah Shalihah, Ismi Tania, Dwiki Samata Sukmasari dan Dewi Sundari Anugrahwati yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi;
14. Arya Wicakpradana, Rizqa Shanti, David Parluhutan, Muttaqienna Immama, Naya Nurindra, yang menjadi teman satu bimbingan;
15. Mega Rayshid, Dania Rari Pratiwi, dan Dini Ratih Puspasari yang telah banyak membantu sebagai teman berdiskusi;
16. Claudia Hutagalung dan Vega Karina Andira Putri atas segala bantuannya dalam mengumpulkan data skripsi ini;
17. Renny Indriani, Desiree Stephani, dan Easton Ebenhard yang selalu hadir di dalam masa-masa genting sewaktu mengerjakan skripsi dan semasa perkuliahan;
18. Bapak Woeryono dan Ibu Endang Yuliyanty, serta Seto Rendradi, orang tua dan adik saya yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tiada habisnya;

Akhir kata, saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Dengan segala kerendahan hati, saya berharap skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Depok, 14 Juni 2010

Citra Dinanti

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertangan tangan di bawah ini:

Nama : Citra Dinanti

NPM : 0806 380 666

Program Studi : Periklanan

Departemen : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pemaknaan Terhadap Nilai “Awet Muda” dalam Iklan Kosmetik *Anti-Aging* oleh Khalayak Perempuan (Studi pada Iklan Televisi Pond’s Age Miracle Versi “Donna-Darius”)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas karya akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Depok

Pada Tanggal : 14 Juni 2010

Yang menyatakan

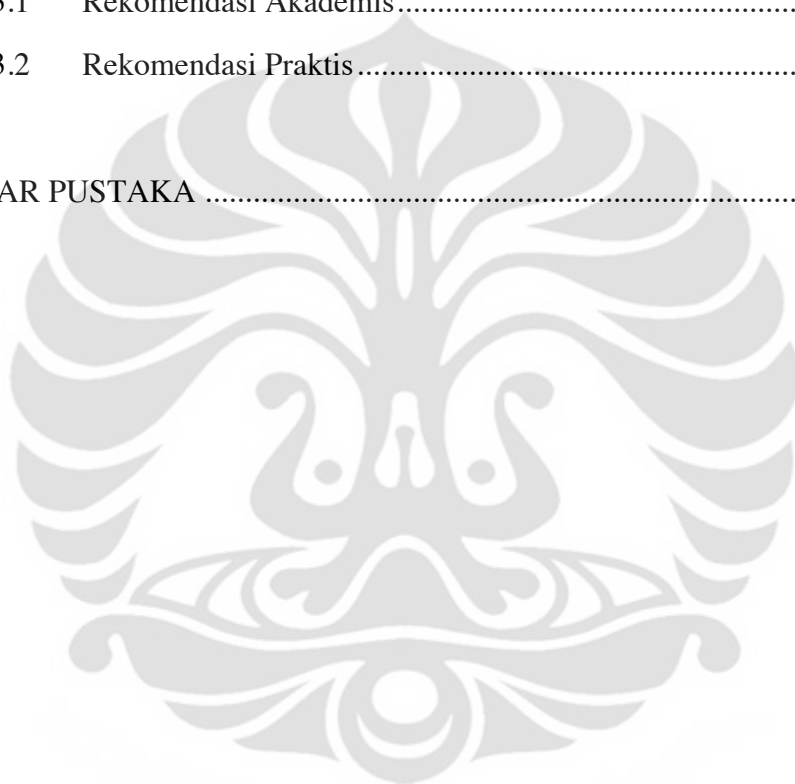
(Citra Dinanti)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Signifikasi Penelitian.....	10
1.4.1 Signifikasi Akademik.....	10
1.4.2 Signifikasi Praktis	11
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Kerangka Teori.....	12
2.1.1 <i>Reception Theory</i>	12
2.1.1.1 <i>Reception in Advertising</i>	14
2.2 Definisi Konsep	14
2.2.1 Periklanan	14
2.2.1.1 Iklan Televisi	17
2.2.2 Konsep "Awet Muda"	18
2.2.2.1 Awet Muda dan Kosmetik <i>Anti-Aging</i>	19
2.2.3 Gender sebagai Konstruksi Sosial	20

2.2.4	Konstruksi Perempuan dalam Iklan	21
2.2.4.1	Perempuan dan Kecantikan dalam Iklan	23
2.2.4.1	Perempuan dan "Awet Muda" dalam Iklan	23
2.3	Keterkaitan Antar Konsep	24
2.4	Asumsi Teoritis	24
 BAB 3 METODOLOGI		26
3.1	Paradigma Penelitian	26
3.2	Pendekatan Penelitian.....	26
3.3	Sifat Penelitian	27
3.4	Strategi Penelitian.....	28
3.5	Unit Analisis	28
3.6	Alasan Pemilihan Unit Analisis	29
3.7	Metode Pengumpulan Data	30
3.7.1	Data Primer	30
3.7.2	Data Sekunder	31
3.8	Metode Analisis Data	31
3.9	Keabsahan	32
3.10	Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian	33
3.10.1	Keterbatasan Penelitian.....	34
3.10.2	Kelemahan Penelitian	34
 BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN		35
4.1	Deskripsi Singkat Latar Belakang Informan <i>Decoder</i>	35
4.1.1	Informan 1	36
4.1.2	Informan 2	39
4.2	Analisis Pemaknaan Nilai "Awet Muda"	41
4.3	Analisis Iklan Televisi Pond's Age Miracle versi "Donna-Darius"	45

4.4 Analisis Pemaknaan Nilai "Awet Muda" dalam Iklan Pond's Age Miracle Versi "Donna-Darius.....	51
BAB 5 INTERPRETASI HASIL PENELITIAN.....	57
BAB 6 PENUTUP	67
6.1 Kesimpulan.....	67
6.2 Implikasi Penelitian	68
6.3 Rekomendasi	68
6.3.1 Rekomendasi Akademis.....	68
6.3.2 Rekomendasi Praktis.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Award 2010 Versi Majalah Marketing.....	6
Gambar 2.1 <i>Stuart Hall's Model Encoding/Decoding</i>	12



DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Perbandingan Pemaknaan Encoder/Decoder dalam Penggunaan Daya Tarik dalam Iklan	60
Tabel 5.2	Pemaknaan Informan.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	<i>Story Board</i> Pond's Age Miracle versi "Donna-Darius"	74
Lampiran 2	Panduan Wawancara, Kategorisasi, dan Pelabelan <i>Encoder</i>	75
Lampiran 3	Transkrip Wawancara <i>Encoder</i>	76
Lampiran 4	Panduan Wawancara, Kategorisasi, dan Pelabelan <i>Decoder</i>	77
Lampiran 5	Transkrip Wawancara Informan1	78
Lampiran 6	Transkrip Wawancara Informan2	79
Lampiran 7	<i>Open Coding</i>	80
Lampiran 8	<i>Axial Coding</i>	81
Lampiran 9	<i>Selevtive Coding</i>	82

