

**ANALISIS SEMIOTIKA EKSPLOITASI TUBUH
WANITA DALAM IKLAN SABUN *VITALIS BODY*
WASH DI TELEVISI**



Abdi Fajarianto

1151700193

**PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2022

**ANALISIS SEMIOTIKA EKSPLOITASI TUBUH WANITA DALAM
IKLAN SABUN *VITALIS BODY WASH* DI TELEVISI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi
Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



**Abdi Fajarianto
1151700193**

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Abdi Fajarianto**

NPM : **1151700193**

Judul : **Analisis Semiotika Eksploitasi Tubuh Wanita dalam Iklan Sabun *Vitalis Body Wash* di Televisi**


Mengetahui :

Surabaya, 22 Desember 2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Disetujui oleh
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP : 20120870103


Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si.
NPP : 20130880159

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 22 Desember 2022 :

Dewan Penguji :

1. Drs. Judhi Hari Wibowo, M.SI.

2. Drs. Widiyatmo Ekoputra, MA

3. Beta Puspitaning Ayodya, S.SOS., M.A

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP : 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Abdi Fajarianto
NBI : 1151700193
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Eksploitasi Tubuh Wanita dalam Iklan Sabun
Vitalis Body Wash di Televisi

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublishkan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 12 Desember 2022

Yang membuat Pernyataan


Abdi Fajarianto



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)

e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abdi Fajarianto
NBI/ NPM : 1151700193
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**ANALISIS SEMIOTIKA EKSPLOITASI TUBUH WANITA DALAM
IKLAN SABUN VITALIS BODY WASH DI TELEVISI**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus Surabaya
Pada tanggal : 22 Desember 2022

Yang Menyatakan,



Abdi Fajarianto

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

Advertisements represent a life or lifestyle that is a standard in a society, both standard in social and community life. This standard makes everyone compete to meet these standards in order to be the center of attention and the first step in their future career struggle by focusing on appearance first. The purpose of this study is to find out the hidden meanings and messages in advertisements for Vitalis Body Wash soap. This type of research is qualitative using primary and secondary data types. The data analysis technique used by the researcher is Roland Barthes' semiotic, because Roland Barthes divides semiotics into two systems which are commonly called the two orders of signification. Roland Barthes's two orders of signification. Based on the results of the analysis that has been carried out, there are several signs regarding the hidden meanings and messages in the advertisement for Vitalis Body Wash soap in the advertisement, this is evidenced by the presence of several scenes depicting women who have white, clean and bright skin after using Vitalis Body Wash soap. There is other evidence that explains the presence of evidence and the message conveyed in the Vitalis Body Wash soap advertisement that there is a change in appearance so that it can look more beautiful and attractive. The denotative meaning is known from the signifier and the signified, proving that he wants to have bright, rosy skin that shines by using the Vitalis Body Wash soap product. The connotative meaning can be shown by the skin that looks bright and flushed, which is the skin that women want. Beauty is a fair-skinned woman and this is formed after using Vitalis Body Wash soap. As for the myths in advertisements for Vitalis Body Wash soap, namely the assumption that beautiful women tend to have white skin.

Keywords : Semiotics of Exploitation of Women's Body, Soap and Television Ads

ABSTRAK

Iklan mempresentasikan kehidupan atau gaya hidup yang menjadi standar disuatu masyarakat, baik standar dalam kehidupan sosial maupun masyarakat. Standar ini menjadikan semua orang berlomba-lomba untuk memenuhi standar tersebut, agar menjadi pusat perhatian dan langkah awal perjuangan karir mereka kedepan dengan fokus pada penampilan terlebih dahulu. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui makna dan pesan yang tersembunyi dalam iklan sabun Vitalis Body Wash. Jenis penelitian ini adalah kualitatif dengan menggunakan jenis data primer dan sekunder. Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah semiotik Roland Barthes, karena Roland Barthes membagi semiotik menjadi dua sistem yang biasa disebut dengan two order of signification. Two order of signification milik Roland Barthes. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka terdapat beberapa tanda mengenai makna dan pesan yang tersembunyi dalam iklan sabun Vitalis Body Wash dalam iklan tersebut, hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa adegan yang digambarkan perempuan yang memiliki kulit putih, bersih dan cerah setelah menggunakan sabun Vitalis Body Wash. Adapun bukti lain yang memaparkan adanya bukti mana dan pesan yang disampaikan pada iklan sabun Vitalis Body Wash adanya perubahan dari penampilan sehingga dapat terlihat lebih cantik dan menarik. Makna denotatif yaitu diketahui dari penanda dan petanda membuktikan bahwa dia ingin memiliki kulit cerah merona yang bersinar dengan menggunakan produk sabun Vitalis Body Wash. Makna konotatif dapat ditunjukkan dengan kulit kelihatan cerah merona merupakan kulit yang diinginkan oleh perempuan. Kecantikan adalah perempuan berkulit putih dan hal tersebut terbentuk setelah menggunakan sabun Vitalis Body Wash. Adapun mengenai mitos pada iklan sabun Vitalis Body Wash yaitu adanya anggapan bahwa perempuan cantik cenderung memiliki kulit yang putih.

Kata Kunci : Semiotika Eksploitasi Tubuh Wanita, Iklan Sabun, dan Televisi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT. Atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Semiotika Eksploitasi Tubuh Wanita dalam Iklan Sabun Vitalis Body Wash di Televisi”. Shalawat dan salam juga selalu penulis panjatkan kehadiran Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafaatnya kelak di hari akhir. Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 (Strata-1). Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, keikhlasan, dan ketulusan, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua yang mendukung secara moral dan material selama perkuliahan di Universitas 17 Agustus Surabaya.
2. Dosen Pembimbing 1 saya yaitu bapak Drs. Judhi Hari Wibowo, M.SI. yang membantu saya menyelesaikan tugas akhir saya.
3. Dosen Pembimbing 2 saya yaitu bapak Drs. Jupriono, M.SI yang membantu saya saat kesulitan mengerjakan tugas akhir ini.
4. Dosen Wali saya yaitu ibu Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom.,M.Med.Kom yang telah membimbing saya dari saya masih menjadi maba hingga mahasiswa semeseter tua.
5. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya.

6. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah mengajar perkuliahan dan memberikan ilmu kepada mahasiswa, sehingga ilmu tersebut dapat diterapkan dalam penulisan penelitian skripsi ini.
7. Seluruh pihak lain yang juga terkait, yang tidak dapat peneliti jabarkan satu persatu. Tentu telah memberikan bantuan berupa moril dan materil dalam penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
- Manfaat Teoritis	6
- Manfaat Praktis	6
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA DAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Konsep Semiotika.....	9
2.2.2 Macam-Macam Semiotika.....	10
2.2.3 Semiotika Roland Barthes	11
2.2.4 Denotasi dan Konotasi.....	12
2.2.5 Mitos.....	13
2.3 Definisi Konseptual	14
2.3.1 Media.....	14
2.3.2 Media Televisi	16

2.3.3 Iklan	18
2.4 Kerangka Pemikiran	20
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Tipe Penelitian	21
3.2 Peran Peneliti.....	21
3.3 Jenis Data.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
a. Observasi	22
b. Dokumentasi.....	23
3.5 Analisis Data.....	23
3.6 Keabsahan Data	25
BAB IV.....	27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1 Deskripsi Subjek / Objek Penelitian.....	27
4.1.1 Subjek Penelitian	27
4.1.2 Deskripsi Data Penelitian	28
4.2 Pembahasan	46
BAB V.....	49
PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	7
TABEL 2.4 : Struktur Kerangka Pemikiran.....	20
TABEL 4.1 : Hasil Analisis Iklan.....	30

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 : Iklan Vitalis Body Wash.....	5
GAMBAR 4.1 : Scene 1.....	30
GAMBAR 4.2 : Scene 2.....	34
GAMBAR 4.3 : Scene 3.....	39
GAMBAR 4.4 : Scene 4.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Revisi.....	51
Hasil Turnitin.....	55
Lembar Bimbingan.....	56