

**oKOMODIFIKASI PEREMPUAN DALAM IKLAN**

**(Studi semiotika pada iklan Ice Cream Magnum**

**Versi *Never stop playing* di media youtube)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
IlmuKomunikasi**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



**Disusunoleh:**

**Reggie Rulian**

**051403503125085**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JAKARTA 2021**

# **KOMODIFIKASI PEREMPUAN DALAM IKLAN**

**(Studi semiotika pada iklan Ice Cream Magnum**

**Versi Never stop playing di media youtube)**

## **SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JAKARTA 2021**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARAINDONESIA**

**PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Jakarta, Juli 2021 Yang membuat pernyataan

Yang membuat pernyataan



051403503125085

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYANEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG PROPOSAL SKRIPSI

NAMA : Reggie Rulian  
NIM : 051403503125085  
JUDUL : Komodifikasi perempuan dalam iklan  
(Studi semiotika pada iklan ice cream magnum  
versi never stop playin di media youtube)

PROGRAM STUDI : Ilmu komunikasi


PEMINTAN : Periklanan


Telah di setujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, Juli 2021 Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


  
(Risqi Inayah Dwijayanti, M.I.Kom)

  
(Agus Budiana S.Sos.,M.I.Kom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

  
(Sandra Olifia, S.Sos, M.Si.)

  
(Dr. Radifa Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M)

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Reggie Rulian  
NIM : 051403503125085  
JUDUL : Komodifikasi perempuan dalam iklan Ice cream magnum  
versi never stop playing di media youtube  
PROGRAMSTUDI : Ilmu komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, Juli 2021 Menyetujui,


KetuaPeguji

  
Risqi Inayah Dwijayanti, M.Ikom

Anggota Penguji I

  
Dr Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M.

Anggota Penguji II

  
Fitri Sarasati, M.Sc.


Jakarta, Juli 2021

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

  
(Sandra Olifia, S.Sos, M.Si.)

Dekan FISIP

  
(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M.)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas ke hadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini dengan baik dan lancar, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua, Rudy Sjafri (Ayah) dan Yuliana (Ibu) serta keluarga besar yang telah memberikan do'a, kasih sayang, serta motivasi dan dukungannya.

Tidak lupa juga penulis ucapkan banyak terima kasih kepada Ibu RisqiInayah DwiJayanti, M.I.Komselaku pembimbing I dan Bapak Agus Budiana S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing II yang telah memberikan motivasi, arahan dan membimbing penulis dari awal hingga selesainya skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :


1. Kepada Orang tua, dan Keluarga, yang telah memberikan dukungan, do'a serta kesabarannya menemani dan siap-siaga kapanpun dibutuhkan. Terimakasih banyak atas kebaikan yang tak ternilai.
2. Drs. Merry L. Panjaitan, M.M., MBA selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Sandra Olifia, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.
5. Seluruh staff dan dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.



6. Kepada para sahabat terbaik yang setia menemani saya dalam penulisan skripsi ini, baik junior, senior, teman seangkatan serta alumni dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas doa, dukungan, semangat, dorongan, dan saran yang sangat membantu penulis selama proses penulisan skripsi.

Akhir kata penulis dengan kerendahan hati, mohon maaf sedalam-dalamnya dengan kekurangan pada penulisan proposal skripsi ini, baik dari segi penyajiannya. Semoga penelitian ini memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya rekan-rekan mahasiswa/ Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

Jakarta, Juli 2021

  
Reggie Rulian



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU  
POLITIK UNIVERSITAS SATYA  
NEGARAINDONESIA**

NAMA : Reggie Rulian  
NIM : 051403503125085  
PROGRAMSTUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan

Komodifikasi perempuan dalam iklan

(Studi semiotika pada iklan ice cream magnum versi never stop playin di media youtube)

Jumlah Halaman : xiii + 114 Halaman + Lampiran Bibliografi : 24 Buku, 2 Jurnal

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menanalisa komoditas perempuan dalam iklan ice cream maknum versi never stop playing. Dimana dalam iklan Ice cream magnum yang merupakan produk makanan dengan model perempuan dan serta menimbulkan eksploitasi pada perempuan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori ekonomi politik media, dimana pelaku media mengubah pesan melalui teknologi yang ada menuju sistem interpretasi yang penuh makna hingga menjadi pesan yang menjual atau *marketable* dan dikaji dengan study semiotike john fiske menganalisa dengan 3 level of code, level realitas, level representasi, dan level ideologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma kritis dan bersifat deskriptif, pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mengumpulkan data primer dan sekunder dengan melakukan studi dokumen.

Subjek penelitian ini adalah iklan ice cream magnum versi never stop playing, sedangkan objek penelitiannya adalah scene yang memberikan kode-kode sensualitas di dalam iklan.

Hasil penelitian yang didapatkan penulis adalah bagaimana perempuan di eksploitasi dan dijadikan komoditas oleh suatu perusahaan produk dengan memberikan unsure sensualitas dalam iklan demi mendapatkan keuntungan.

Kata kunci: iklan Ice cream magnum never stop playing, Semiotika, komoditas, John Fiske.

PembimbingI : Risqi Inayah Dwijayanti, S.Ikom,M.Ikom

PembimbingII : Agus BudianaS.Sos.,M.I.Kom



**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES UNIVERSITY  
OF SATYA NEGARA INDONESIA**

*NAME* : Reggie Rulian

*NIM* : 051403503125085

*STUDY PROGRAM* : *Communication Science*

*SPECIALTY*: *Advertising*

*Commodification of women in advertising*

*(Study of semiotics on the never stop playing version of the Magnum ice cream ad on YouTube)*

*Number of Pages* : *xiii + 114 Pages + Attachment Bibliography* : *24 Books, 2 Journal*

**ABSTRACT**

*This study aims to identify and analyze women's commodities in the never stop playing version of the ice cream magnum advertisement. Where in the Ice cream magnum ad which is a food product with a female model and also causes exploitation of women. The theory used in this study is the theory of media political economy, where media actors change messages through existing technology towards a meaningful interpretation system to become a message that sells or marketable and is studied with John Fiske's semiotic study analyzing with 3 levels of code, the level of reality, representation level, and ideological level.*

*This study uses a qualitative method with a critical paradigm and is descriptive, the data collection used is to collect primary and secondary data by conducting a document study.*

*The subject of this research is the never stop playing version of the Magnum ice cream advertisement, while the object of the research is a scene that provides sensuality codes in the advertisement.*

*The results of the research obtained by the author are how women are exploited and used as commodities by a product company by providing an element of sensuality in advertisements for profit.*

*Key words* : *Ice cream magnum never stop playing advertisement, Semiotics, commodity, John Fiske.*

*Supervisor I* : *Risqi Inayah Dwijayanti, S.Ikom, M.Ikom*

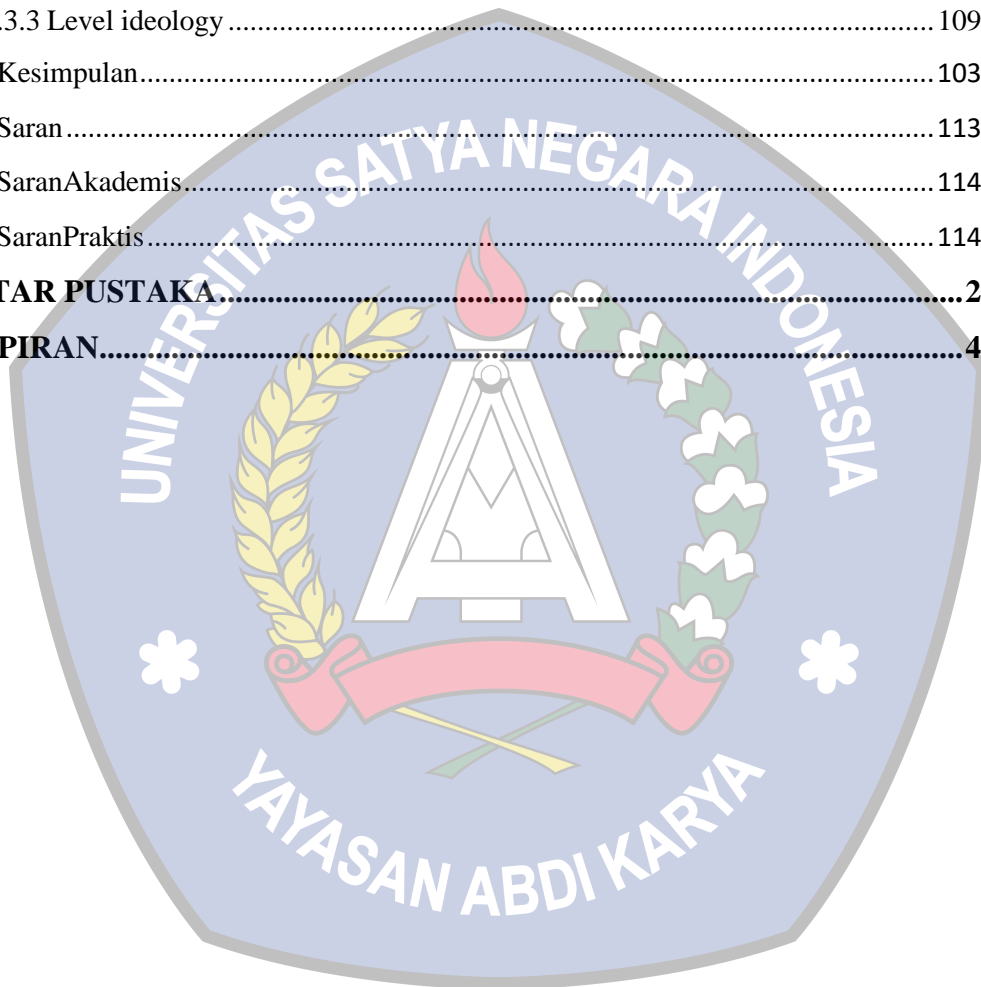
*Advisor II* : *Agus Budiana S.Sos., M.I.Kom*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG PROPOSAL SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
<b>BAB II.....</b>	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1 Landasan Teoritis .....	15
2.1.1 Teori Ekonomi Politik Media.....	15
2.1.2 Semiotika.....	18
2.1.3 Semiotika John Fiske.....	21
2.2 Landasan konseptual.....	26
2.2.1 Komunikasi.....	26
2.2.2 Komodifikasi .....	28
2.2.3 Ekonomi politik.....	30
2.2.3.1 Ekonomi Politik dalam Lintasan Sejarah.....	30
1. Ekonomi Politik Pra Klasik.....	30
2. Ekonomi Politik Klasik .....	31
3. Ekonomi Politik Sosialis .....	32
2.2.4 Ideologi.....	33

2.2.5 Advokasi.....	34
2.2.6 Iklan.....	40
2.2.6.1 Fungsi Iklan.....	41
2.2.6.2 Tujuan Iklan.....	42
2.2.6.3 Jenis iklan.....	45
2.2.7 Semiotika dalam iklan.....	46
2.2.8 Pemaknaan pesandalam iklan.....	49
2.2.9 Posisi perempuan dalam iklan.....	52
2.2.10 Komodifikasi perempuan dalam iklan.....	55
2.2.11 Media baru (New media Youtube).....	60
2.2.11.1 Karakteristik media baru.....	62
2.3 Kerangka pikir.....	64
<b>BAB III.....</b>	<b>66</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>66</b>
3.1 Tempat dan waktu penelitian.....	66
3.2 Desain penelitian.....	66
3.2.1 Paradigma penelitian.....	66
3.2.2 Pendekatan penelitian.....	71
3.2.3 Metodologi penelitian.....	72
3.2.4 Sifat penelitian.....	73
3.3 Subyek dan obyek penelitian.....	73
3.4 Fokus penelitian.....	73
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.5.1 Data Primer.....	74
3.5.1.1 <i>Studi Dokumen</i> .....	74
3.5.2.2 Data Sekunder.....	75
3.5.3 Teknik Annalisis Data.....	75
<b>BAB IV.....</b>	<b>77</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>77</b>
4.1 Subyek Penelitian.....	77
<b>4.2 Hasil penelitian.....</b>	<b>80</b>
4.2.1 Hasil analisis iklan ice cream magnum versi never stop playing scene 1.....	80

4.2.2 Hasil analisis iklan ice cream magnum versi never stop playing scene 2 .....	85
4.2.3 Hasil analisis iklan ice cream magnum versi never stop playing scene 3 .....	90
4.2.4 Hasil analisis iklan ice cream magnum versi never stop playing scene 4 .....	95
4.2.5 Hasil analisis iklan ice cream magnum versi <i>never stop playing</i> scene 5 .....	99
4.3 Pembahasan .....	103
4.3.1 Level Realitas .....	108
4.3.2 Level representasi .....	109
4.3.3 Level ideology .....	109
5.1 Kesimpulan .....	103
5.2 Saran .....	113
5.3 Saran Akademis .....	114
5.4 Saran Praktis .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>2</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>4</b>



## DAFTARTABEL

TABEL 4.1 SCENE 1 IKLAN ICE CREAM MAGNUM .....	72
TABEL 4.2 SCENE 2 IKLAN ICE CREAM MAGNUM .....	77
TABEL 4.3 SCENE 3 IKLAN ICE CREAM MAGNUM .....	82
TABEL 4.4 SCENE 4 IKLAN ICE CREAM MAGNUM .....	87
TABEL 4.5 SCENE 5 IKLAN ICE CREAM MAGNUM .....	91



## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Cuplikan iklan ice cream magnum .....	10
GAMBAR 1.2 Cuplikan iklan ice cream magnum.....	11
GAMBAR 2.1 Kerangka teori hirarki iklan .....	25
GAMBAR 2.8 Kerangka pikir.....	46





