

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Citra wanita berjilbab dalam iklan media (Studi Semiotika terhadap Iklan Sunsilk Clean and Fresh)

Nur Windasari

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=46258&lokasi=lokal>

Abstrak

Wanita adalah sosok yang menjadi salah satu “objek” yang menghiasi media-media, baik media cetak maupun televisi. Media cetak untuk wanita merupakan salah satu media promosi paling banyak dimanfaatkan aneka produk yang bertebaran. Iklan Sunsilk clean and fresh adalah salah satu dari sekian banyak iklan yang menggunakan semiotika sebagai alat untuk menawarkan produk dan membuka wacana baru, bahwa tak selamanya produk shampoo harus menunjukkan keindahan rambut itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui citra wanita berjilbab dalam iklan di media cetak.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini, model semiologi dan mitologi Roland Barthes tentang makna denotasi dan konotasi. Menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Menekankan pada interpretif data yang terkumpul maksudnya adalah suatu proses memadukan kegiatan memahami suatu fenomena dengan kegiatan mengungkapkan, menerangkan dan menerjemahkannya menjadi suatu pesan yang siap untuk dikomunikasikan kepada orang lain. Fokus penelitian iklan media cetak tabloid Sunsilk clean and fresh versi terjebak di lift. Penjabaran pada sisi ini ditekankan pada teks dan visualnya.

Citra wanita berjilbab dalam iklan media Sunsilk clean and fresh adalah sosok wanita yang baik hati, supel, hidupnya sangat modern tetapi tetap teguh pada nilai-nilai Islami lalu menjadikan sosok wanita berjilbab yang patut dikagumi dan diteladani oleh siapa saja. Iklan sebagai sebuah media promosi produk tertentu, Iklan Sunsilk clean and fresh adalah sebuah iklan yang “tidak biasa”. Pada banyak iklan sejenis, untaian rambut menjadi bagian yang ditonjolkan tapi pada iklan Sunsilk clean and fresh kebiasaan ini ditinggalkan. Sosok wanita muda berjilbab menjadi bagian yang tak terpisahkan dari iklan ini.

Perkembangan industri periklanan yang semakin pesat tentu menjadikan perebutan pasar semakin ketat. Strategi beriklan pun mesti diperhitungkan secara matang. Penggunaan ikon wanita berjilbab pada iklan Sunsilk dengan menempuh jalan yang cukup inovatif dalam dunia periklanan Indonesia, patut dilirik oleh produsen iklan merek-merek lain tentu dengan inovasi baru yang lebih baik lagi.