

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Dekonstruksi Posisi Perempuan Dalam Iklan Smartphone (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Samsung Galaxy A8 versi The Next Tara Basro dan Iklan Oppo F5 versi Capture The Real You Chelsea Islan di Youtube)

Fadila Emilia

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=73782&lokasi=lokal>

Abstrak

Setiap harinya kehidupan kita diterpa dengan berbagai jenis iklan. Banyak sekali iklan yang menggunakan model perempuan untuk mempromosikan produknya. Perempuan dalam iklan seringkali dijadikan sebagai objek. Masih sedikit iklan yang menampilkan perempuan dengan perspektif yang berbeda seperti halnya dengan iklan smartphone. Namun iklan Samsung Galaxy A8 versi The Next Tara Basro dan Iklan Oppo F5 versi Capture The Real You Chelsea Islan menampilkan perempuan dari sisi yang berbeda dari iklan pada umumnya.

Penelitian ini mengkaji dekonstruksi posisi perempuan dalam iklan smartphone. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dan teori dekonstruksi. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan metode analisis semiotika Roland Barthes. Pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi pustaka dan dekomendasi.

Penelitian ini memfokuskan pada gambar dan teks yang terdapat pada iklan Samsung Galaxy A8 versi The Next Tara Basro dan Iklan Oppo F5 versi Capture The Real You Chelsea Islan di Youtube.

Hasil penelitian yang didapat adalah terdapat dua dekonstruksi dalam iklan smartphone yaitu dekonstruksi posisi perempuan dalam peran di wilayah publik dan dekonstruksi posisi perempuan dalam definisi cantik. Setiap adegan yang diambil dan dianalisis melalui analisis semiotika Roland Barthes menemukan makna denotasi dan konotasi yang menampilkan adanya perubahan penggambaran perempuan dalam iklan. Melalui dekonstruksi, makna pesan dan penggambaran perempuan dalam iklan dapat memunculkan makna baru dari beragam perspektif

Kontribusi penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai dekonstruksi perempuan yang terdapat dalam iklan smartphone serta baik dari perusahaan swasta dan iklan dapat dijadikan sebagai sarana untuk membuat pesan iklan yang tidak memihak kepada siapapun dan realistis dengan kehidupan sekitar.