

**PERSEPSI AUDIENS TERHADAP CITRA WANITA DALAM
IKLAN YOU-C1000**

(Versi “Liburan” *With R’Bonney Gabriel Miss Universe 2022*)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)



Hena Tri Jayanti

1191003011

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Hena Tri Jayanti

NIM : 1191003011

Tanda Tangan :



Tanggal : 3 Juli 2024


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Hena Tri Jayanti
NIM : 1191003011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Persepsi Audiens Terhadap Citra Wanita Dalam Iklan You-C1000 (Membahas Versi “Liburan” With R’Bonney Gabriel *Miss Universe* 2022)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. ()

Penguji I : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A. ()

Penguji II : Dr. Dessy Kania, B.A., M.A. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 3 Juli 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga berhasil menyelesaikan laporan tugas akhir ini;
- 2) Untuk Ibu orang tua terkasih. Terima kasih yang tiada terhingga atas kasih sayang dan cinta yang tulus, do'a yang tak pernah putus, motivasi, nasehat, perhatian, dan pengorbanan yang diberikan tiada batas. *I Love You More and More*;
- 3) Untuk dosen pembimbing Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac. Terima kasih karena telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
- 4) Untuk ketiga kakak yang tak kalah penting kehadirannya (Heni Andriyati S.E, Hesti Dwi Jayanti S.E, Abdul Rohim S.E.), beserta paman dan istrinya (Om Ramli, Ibu Meti Ariyati B.Sc) terima kasih karena telah menghibur, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat untuk pantang menyerah, dan memberikan dukungan tiada batas, dan juga terima kasih untuk keponakan tersayang (Ralin Zill);
- 5) Untuk sahabat seperjuangan selama perkuliahan (Andi Salsabila), untuk sahabat lama (Puti Sabina) dan seluruh teman di Universitas Bakrie terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini;
- 6) Untuk pemilik NIM 1191001050, pemicu semangat, sumber dari segala alasan untuk tetap semangat dalam mengerjakan skripsi ini. Ia mampu memberikan semangat selama masa perkuliahan. Terima kasih telah

mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, maupun bantuan pikiran, dan senantiasa selalu sabar, terima kasih telah menjadi bagian dalam perjalanan ini;

- 7) Untuk Dr. Vivid F. Argarini, B.Arts terima kasih karena telah meluangkan waktu untuk diwawancarai sebagai trianggulator tugas akhir ini;
- 8) Untuk Ibu Suharyanti M.S.M selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie;
- 9) Untuk seluruh Dosen dan Staff Akademik Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bantuan dan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti sehingga bisa sampai ditahap ini;
- 10) Untuk kucing tersayang dan satu – satunya (Moci) yang setia menemani penulis dalam proses penulisan skripsi, sesekali kehadirannya membuat tawa disela – sela gaduh isi kepala;
- 11) Untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini;
- 12) *Last but not least*, untuk diri saya sendiri. Hena Tri Jayanti. Terima kasih sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini. Apresiasi yang sebesar – besarnya karena sudah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih untuk tidak menyerah dalam sesulit apapun proses ini. Tetap bersyukur dan rendah hati;

Jakarta, 3 Juli 2024



(Hena Tri Jayanti)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hena Tri Jayanti
NIM : 1191003011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

Persepsi Audiens Terhadap Citra Wanita Dalam Iklan You-C1000
(Versi “Liburan” *With R’Bonney Gabriel Miss Universe 2022*)

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 3 Juli 2024

Yang Menyatakan



(Hena Tri Jayanti)

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP WANITA DALAM
IKLAN YOU-C1000
(Versi “Liburan” With R’Bonney Gabriel)**

HENA TRI JAYANTI

ABSTRAK

Iklan sering memperlihatkan wanita dalam berbagai peran, mereka sering dipilih karena kecantikan fisiknya untuk menarik perhatian. Wanita dalam iklan sering dihadirkan dengan standar kecantikan tertentu dan tidak mencerminkan keragaman wanita. Penelitian ini membahas tentang persepsi mahasiswa terhadap wanita dalam iklan You-C1000, bagaimana keterlibatan *Miss Universe* sebagai bintang iklan memengaruhi persepsi mereka. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap wanita yang ditampilkan dalam iklan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan dilakukan wawancara kepada mahasiswa mengenai bagaimana persepsi mereka terhadap wanita dalam video iklan, selanjutnya peneliti akan menganalisis temuan – temuan yang didapat dalam wawancara, serta teknik keabsahan data menggunakan sumber Triangulasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap audiens memiliki adanya variasi persepsi dan pemahaman yang terkait penggambaran kecantikan wanita dalam iklan You-C1000. Konsep kecantikan ideal, Stereotip, Tubuh wanita, Figur wanita, Citra wanita dan Periklanan dalam keputusan pembelian memberikan wawasan yang beragam tentang bagaimana penggambaran wanita dalam melihat hal – hal yang disampaikan oleh iklan You-C1000.

Kata Kunci : Persepsi, Iklan, Kecantikan yang Ideal, Stereotip, Tubuh Wanita, Figur Wanita, Citra Wanita

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP WANITA DALAM
IKLAN YOU-C1000
(Versi “Liburan” With R’Bonney Gabriel)**

HENA TRI JAYANTI

ABSTRACT

Advertisements often show women in various roles, often chosen for their physical beauty to attract attention. Women in advertisements are often presented with certain beauty standards and do not reflect the diversity of women. This research discusses students' perceptions of women in You-C1000 advertisements, how the involvement of Miss Universe as an advertising star affects their perceptions. The purpose of this study is to find out how students' perceptions of women are displayed in advertisements. This research uses a qualitative method, by interviewing students about how they perceive women in advertising videos, then the researcher will analyze the findings obtained in the interview, and the data validity technique uses source triangulation. The results of this study indicate that each audience has a variety of perceptions and understandings related to the depiction of female beauty in You-C1000 advertisements. The concepts of ideal beauty, stereotypes, female body, female figures, female image and advertising in purchasing decisions provide diverse insights into how women are portrayed in seeing the things conveyed by You-C1000 advertisements.

Keywords: Perception, Advertising, Ideal Beauty, Stereotypes, Female Body, Female Figures, Female Image

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Kami panjatkan puji syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapat melaksanakan dan menyelesaikan tugas akhir dengan judul : **“Persepsi Audiens Terhadap Citra Wanita Dalam Iklan You-C1000 (Membahas Versi “Liburan” With R’Bonney Gabriel Miss Universe 2022)”** tepat waktu dalam rangka memenuhi persyaratan akademis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang bersangkutan dalam penyusunan Tugas Akhir ini, yang telah memberikan dukungan dan nasihatnya. Dalam hal ini peneliti juga sangat menyadari jika penyusunan keterangan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna serta memiliki kekurangan yang lain. Alhasil penulis mengucapkan maaf sebesar – besarnya sehubungan dengan ketidak sempurnaan pengerjaan Tugas Akhir ini. Sebab dari itu, penulis menerima anjuran serta kritik yang mampu menciptakan atau membangun. Semoga pengerjaan Tugas Akhir ini mampu bermakna untuk publik, khususnya bagi semua Staff Civitas Akademik Universitas Bakrie. Semoga dengan ini Tugas Akhir yang telah disusun dapat bermanfaat bagi semua pembacanya, terutama Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Atas perhatian dan dukungannya, terima kasih.

Jakarta, 3 Juli 2024



(Hena Tri Jayanti)

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</i>	<i>II</i>
<i>HALAMAN PENGESAHAN</i>	<i>III</i>
<i>UNGKAPAN TERIMA KASIH</i>	<i>IV</i>
<i>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</i>	<i>VI</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>VII</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>VIII</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>IX</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>X</i>
<i>DAFTAR GAMBAR DAN TABEL</i>	<i>XII</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
<i>BAB II</i>	<i>16</i>
<i>KERANGKA PEMIKIRAN</i>	<i>16</i>
2.1 Teori dan Konsep	16
2.1.1 Persepsi	16
2.1.2 Persepsi Dalam Sebuah Iklan	18
2.1.4 Strategi Periklanan You-C1000: Memanfaatkan Miss Universe	19
2.1.5 Wanita dan Media	23
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	25
2.3 Deskripsi Perbandingan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya	29
2.4 Kerangka Pikir Penelitian	30
<i>BAB III</i>	<i>31</i>
<i>METODOLOGI PENELITIAN</i>	<i>31</i>
3.1 Desain dan Pendekatan	31
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	32

3.3 Pengumpulan Data	34
3.4 Analisis Data	35
3.5 Triangulasi Data	35
3.6 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep	36
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	38
4.1.1 Gambaran Umum Video Iklan You-C1000 R'Bonney Gabriel ..	38
4.1.2 Gambaran Umum Seorang R'Bonney Gabriel	40
4.1.3 Deskripsi Profil Audiens	41
4.2 Penyajian Data	45
4.2.1 Persepsi Mahasiswa Dalam Iklan You-C1000	45
4.3 Pembahasan dan Diskusi	63
4.3.1 Pembahasan	63
BAB V	70
KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	71
5.2.1 Saran Akademis	71
5.2.2 Saran Praktis	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	75

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1.1 Iklan You-C1000 Versi “Liburan” With R’Bonney Gabriel	9
Gambar 1.2 Kebudayaan Indonesia Dalam Iklan You-C1000 Di NTB	11
Gambar 1.3 Alam Indonesia Dalam Iklan You-C1000 Di NTB	11
Gambar 1.4 Iklan You-C1000 R’Bonney Gabriel	11
Gambar 1.5 Komentar Video Iklan You-C1000 Di Youtube	13
Gambar 2.1 Iklan You-C1000 Dari Tahun Ke Tahun Oleh Miss Universe	21
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 3.6 Operasionalisasi Konsep	36
Gambar 4.1 Komentar Video Iklan You-C1000 “Liburan” R’Bonney	39
Gambar 4.2 Komentar Video Iklan You-C1000 “Liburan” R’Bonney	39
Gambar 4.3 Komentar Video Iklan You-C1000 “Liburan” R’Bonney	40
Gambar 4.4 Komentar Video Iklan You-C1000 “Liburan” R’Bonney	40
Gambar 4.5 Foto R’Bonney Gabriel	41
Gambar 4.6 Foto Audiens 1	42
Gambar 4.7 Foto Audiens 2	42
Gambar 4.8 Foto Audiens 3	43
Gambar 4.9 Foto Audiens 4	43
Gambar 4.10 Foto Audiens 5	44
Gambar 4.11 Foto Trianggulator Dr. Vivid F. Argarini, B.Arts	44