BAB V
SIMPULAN

Iklan Blinken menggunakan makna konotasi dan denotasi terhadap pemahamannya. Dengan pendekatan teori Barthes yang memperlihatkan adanya penanda dan petanda. Sehingga menghasilkan pemaknaan iklan secara utuh tanpa mengabaikan adanya relasi antar tanda yang terbentuk. Iklan Blinken dalam kemunculannya menggunakan daya tarik seks dengan kategori *nudity*, dimana pada penggambarannya model iklan memakai pakaian yang sangat minim atau bahkan dalam keadaan tidak berpakaian, tetapi disini masih ada elemen lain yaitu tali tambang yang dililitkan pada tubuhnya, untuk menutupi bagian tubuh yang dianggap sensitif. Dikarenakan iklan Blinken merupakan salah satu produk otomotif untuk cat mobil, maka dari itu Blinken didalam tampilan iklannya menggunakan pendekatan *nudity* yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari konsumen khususnya kaum pria. Dimana dunia otomotif merupakan "dunianya laki-laki".

Produk otomotif memang sebagian besar diminati oleh kaum pria walaupun tidak menutup kemungkinan wanita juga memiliki kesukaan yang sama, namun bagi pria dunia otomotif akan menjadi kurang menarik jika tidak ada sosok perempuannya. Sehingga kemungkinan iklan yang bertemakan seks akan mudah sekali diingat dalam benak para konsumennya. Figur perempuan dalam iklan Blinken memicu adanya ketertarikan khalayak dengan daya tarik kejelitaannya pada keterlibatan dalam situasi tunggal.

Pemaknaan bahasa tubuh perempuan dalam iklan Blinken merepresentasikan adanya daya tarik yang besar dengan keberaniannya berpenampilan seksi yang berpose menantang. Sosok model dalam iklan Blinken juga ingin menunjukan adanya proteksi diri yang kuat, yang diperlihatkan dari lilitan tali tambang pada tubuhnya yang dikaitkan di teralis dengan kedua tangan sedikit mencengkram teralis. Salah satu ujung tali tambang dibiarkan menjulur kebawah, sehingga terkesan mendominasi dirinya sendiri. Hal ini dapat bertujuan untuk mengubah pandangan yang selama ini terbentuk, yaitu bahwa perempuan merupakan makhluk yang lemah. Namun akhirnya memunculkan pemahaman pada bahasa tubuh perempuan yang berkonotasi sensual. Karena berani menampilkan aset feminitas yang ada pada

tubuhnya. Penggunaan tali tambang yang dililitkan pada tubuhnya, dapat berfungsi juga sebagai penutup tubuh. Tali tambang yang dililikan pada tubuh perempuan dalam iklan Blinken dikonotasikan sebagai pakaian dalam wanita. Karena Blinken mencoba mengasosiasikan terhadap produknya sebagai produk yang memiliki bahan dasar zat kimia yang lembut dan tidak berbahaya. Tetapi hal semacam ini dapat juga dapat menghindari adanya permasalahan terhadap aksi pornografi. Maka dari itu, digunakan tali tambang yang dikonotasikan sebagai pakaian guna menutupi bagian yang dianggap sensitif bagi perempuan. Sehingga tidak begitu terlihat adanya semacam ketelanjangan. Namun demikian, pola seperti ini tetap digunakan pada beberapa iklan produk tertentu. Hal ini bisa dideteksi bahwa keberadaanya dibuat untuk kepentingan lain.

DAFTAR PUSTAKA

Adi Wicaksono. 2008. *Citra,Iklan,Perempuan*. Tersedia di: http://adiwicaksono.com. [Di akses pada 16 Desember 2009]

Adji, Peni. 2007. *Kegiatan Belajar 1: Iklan Media Cetak*. Tersedia di: http://www.sixapart.com/ns/at. [Di akses pada 8 Jaunuari 2010]

Alvika Hening Perwita. 2008. *Perempuan Sebagai Objek Dalam Iklan*. Tersedia di: http://alvika.multiply.com. [Di akses pada 16 Desember 2009]

Andre Yuris. 2008. *Estetika Dan Mitos Perempuan Dalam Iklan*. Tersedia di: http://andreyuris.wordpress.com. [Di akses pada 7 Desember 2009]

Antyo Rentjoko. 2007. *Produk Otomotif Memang Dunia Lelaki*. Tersedia di: Tunggangan dan Penunggang_blogombal.htm. [Di akses pada 14 Desember 2009]

Andrian D. Hagijanto. 2008. *Menciptakan Brand Awareness Iklan Media Massa Cetak*. Tersedi di: http://puslit.petra.ac.id/journals/design.htm. [Di akses pada 8 Januari 2010]

Buckley, Susan G. 2008. *Buku Pintar Bahasa Tubuh*. Jakarta: Cerdas Pustaka Publisher.

Deddi Duto Hartanto. 2000. *Publik Figur Dalam Testimonial*. Tersedia di: http://puslit.petra.ac.id/journals/design/. [Di akses pada 7 Januari 2010]

Ferry. 2007. *Pendekatan Semiotika*. Tersedia di: http://imajiplus.multiply.com. [Di akses pada 20 April 2010]

Fiske, John. 2007. *Cultural and Communication Studies*. Yogyakarta. Jalasutra.

Indrawati. 2003. *Komunikasi Terapeutik*. Tersedia di: http://creasoft.wordpress.com. [Di akses pada 8 Januari 2010]

Parera. J.D. 2004. *Teori Semantik* Edisi Kedua. Jakarta. Erlangga.

Kasiyan. 2008. *Eksploitasi Perempuan Dalam Iklan* . Tersedia di: http://batampos.co.id. [Di akses pada 4 Desember 2009]

Kasyian. 2009. *Perempuan dan Iklan: Sebuah Catatan tentang Patologi Ideologi Gender di Era Kapital.*. Tersedia di: http://desaingrafisindonesia.wordpress.com. [Di akses pada 16 Desember 2009]

Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyarakta. ANDI Yogyarakta.

Mulyono, Kussianto. (2006). Prinsip-Prinsip *Sensual Ad* Yang Sesuai Dengan Periklanan Indonesia Dalam Majalah Male Emporium Edisi Juli 2004 – Juni 2006. Tersedia di: www. petra.ac.id/journal/design/. [Di akses pada 10 April 2010]

Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung. PT. Citra Aditya Bakti.

Maria R. Roewiastoeti. 2005. *Kekerasan Terhadap Perempuan dan Tatanan Patriarki.* Tersedia di: http://perempuanmandiri.blogspot.com. [Di akses pada 6 Januari 2010]

Pilliang, Amir, Yasraf. 1999. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Bandung. Jalasutra.

Rakhmat, Jalaluddin. 1986. *Psikologi Komunikasi*. Bandung:Remadja Karya CV Bandung.

Safanayong, Yongky. 2006. *Desain Komunikasi Visual Terpadu.* Jakarta: Arte Intermedia.

Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.

Syarifah. 2006. *Kebertubuhan Perempuan Dalam Pornografi*. Jakarta: Yayasan Kota Kita.

Tinarbuko, Sumbo. 2008. *Semiotika komunikasi Visual*. Yogyakarta. Jalasutra.

Vihma, Susann. Vakeva, Seppo. 2009. *Semiotika Visual dan Semantika Produk.* Yogyakarta, & Bandung: Jalasutra.

Wibowo, Wahyu. 2003. *Sihir Iklan Format Komunikasi Mondial Dalam Kehidupan Urban-kosmopolit*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wijaya, Sukma, Bambang. 2008. *Simbolisasi dan Asosiasi Kinesika dalam Iklan Mobil VW Caravelle.* Tersedia di: http:// www.komunikasiana.com. [Di akses pada 8 Januari 2010]

LAMPIRAN

LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	5/03/2010	- Bab I : Latar belakang harus bisa mencerminkan apa yg dimaui o/ peneliti. - Rumusan masalah : bisa tentang Retorika Visual, komunikasi Relasi, gender - Batasan masalah : harus langsung ke pokok permasalahan - Iklan yg dimaksud dapat disebutkan langsung di Rumusan masalah.		
	19/03/2010	- Penulisan pada makalah diperhatikan lagi (tanda baca). - Identifikasi masalah dapat berupa pernyataan - Rumusan masalah adalah problem statment - Menetapkan target, misal ke aspek relasi tanda, gestur.		

LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
		- pd batasan masalah sebutkan produk dan alasan memilih produk tsb. - maksud & tujuan : apa yg anda cantumkan misalkan Relasi tanda, meneliti Simbol, kecendrungan Gestur.		
	3/04/2010	- Rumusan masalah ditetapkan dgn menyebutkan produk iklan Bunkun. - Tetapkan metode yg akan digunakan dlm penelitian - kerangka penelitian : mencermintkan alur.		
	9/04/2010	- Kerangka penelitian - Rumusan - penetapan pd iklan berupaya metafora		
Dosen Konsultan Irwan tarmawan	12/04/2010	- cara membedah iklan dgn semiotika		

LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	14/05/2010	- Merubah Judul Bab II - Teori interpretatif dibab II ditiadakan - tiap sub cukatan kata ≥ 5 undur baik diawal atau diakhir - perhatikan daftar pustaka - Koreksi Bab III		
	8/06/2010	- Penambahan teori tntang Bhs tubuh (Bab II) - Bhs tbh dan budaya kelimuran - kode bhs tbh dan penilaian masyarakat - Denotasi dan konotasi kaitkan dgn nilai budaya (Bab 1) - tabel denotasi konotasi lebih spesifik lagi (Bab 1)		
pusat Konsultan Irwan Tarmawan	8/06/2010	Pembahasan metafora, Denotasi dan konotasi		
	14/06/2010	- Pembahasan Bab 1 mengenai cara menganalisa Bhs tubuh dan bagaimana memandang tbh prem puan - Baca satu persatu dari tiap tanda dlm iklan		

LEMBAR BIMBINGAN MK TUGAS AKHIR/SKRIPSI
PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Tahapan	Tanggal	Materi Bimbingan	Ttd Mahasiswa	TTD. Pembimbing, Konsultan & Koordinator
	22/06/2010	- Susunan struktur kata dlm makalah lebih disederhanakan lagi (ggn hiperbola) - perbaikan identifikasi masalah, Rumusan masalah - tdk Referensi yg kuat - penanda & petanda dimunculkan bab 1. - buat simpulan awal di bab 4. Sub tabel dlm membaca basa tubuh - metafora dan talitambang yg dikilitkan		
		- acc		