BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Iklan menurut Kriyantono (2003) berpendapat bahwa suatu bentuk komunikasi melalui berbagai media massa yang dibayar oleh perusahaan-perusahaan bisnis, organisasi dan individu-individu yang tujuannya untuk memberikan informasi berupa tulisan, gambar, film, atau gabungan dari keseluruhan unsur tersebut. Dengan televisi, sebuah iklan mempertahankan eksistensinya. Bagi produsen iklan bukan hanya menjadi alat promosi barang maupun jasa, melaikan untuk menanamkan citra kepada konsumen maupun calon konsumen tentang produk yang ditawarkan (h. 30).

Salah satu contoh strategi yang digunakan oleh pembuat iklan agar pesan bisa sampai kepada masyarakat dengan baik yaitu salah satunya dengan penggunaan model iklan. Para artis biasanya digunakan sebagai model iklan, terutama artis wanita yang berparas cantik. Banyak iklan yang menampilkan wanita dengan memperlihatkan sensualitasnya. Secara sengaja ditampilkan untuk menarik perhatian siapa saja yang melihatnya dan kemudian diharapkan membeli produk iklan yang ditampilkan di televisi. Secara tidak langsung berpengaruh terhadap sebuah hubungan sosial.

Perkembangan periklanan dalam masyarakat konsumen dewasa ini telah memunculkan berbagai persoalan sosial, khususnya mengenai pesan yang disampaikan pada iklan tersebut, citra yang ditampilkan, informasi yang disampaikan, makna yang diperoleh, serta bagaimana semuanya mempengaruhi persepsi, pemahaman dan tingkah laku masyarakat.

Pada media periklanan, setiap detil bagian tubuh wanita menjadi bagian dari kepentingan pasar. Wanita dihargai sekaligus dijatuhkan karena tubuhnya. Pada sisi lain wanita dilihat karena fungsi reproduksinya. Fungsi biologis ini juga mengantarkan wanita dalam peran-peran pengasuhan, perawatan, tuntutan sikap

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

kasih sayang dan kelembutan. Disisi lain tubuh didefinisikan sebagai tubuh yang mengandung sensualitas yang dapat menimbulkan hasrat sensual laki-laki. Kata "sensualitas" itu berasal dari kata *"sense"* yang umumnya berkaitan dengan karya seni itu diterjemakan menjadi *"rasa"* (dalam arti yang luas, seni terutama aspek visual yang ada di dalam karya seni itu). Wanita erat kaitannya dengan sensualitas yaitu bisa melalui lekuk tubuh, gaya busana, aksesoris, maupun wewangian yang digunakan.

Salah satu iklan yang menggunakan wanita sebagai media untuk menyampaikan pesannya yaitu iklan parfum Axe versi *"Bidadari Lupa Diri"*. Iklan tersebut menceritakan seorang laki-laki yang sebelum tidur menggunakan parfum Axe. Tidak lama setelah menggunakan parfum Axe terdapat para bidadari yang menggunakan gaun putih menghampiri secara bergantian lengkap dengan busana yang layaknya bidadari memakai gaun putih dengan dua sayap dipunggungnya. Dalam iklan ditunjukan seakan-akan para bidadari tersebut hilang kesadarannya karena efek wangi dari parfum Axe dan seolah-olah lupa diri.

Alur cerita yang dibuat mengimajinasi wanita pada seorang lelaki. Imajinasi diletakan pada objek bidadari yang digambarkan memiliki ketertarikan pada laki-laki tersebut. Iklan Axe ini berusaha menunjukan bahwa menggunakan produk Axe membuat orang bisa mendapatkan kejadian tidak terduka . Disini terletak adanya harapan seorang lelaki terhadap wanita.

Iklan Axe versi *"Bidadari Lupa Diri"* pernah tayang di televisi pada Agustus 2011, namun iklan ini tidak lama berada di televisi hanya beberapa kali tayang saja dikarenakan banyak masyarakat/pemirsa yang menganggap iklan tersebut terlalu vulgar atau tidak etis. Seperti yang ditulis di dalam media internet dalam blog *www.hiburan.kompasiana.com* bahwa iklan Axe serupa ada yang dilarang beredar seperti di negara Afrika karena iklan Axe tersebut dianggap telah melukai umat Nasrani.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Berdasarkan uraian diatas, penelitian iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri" ditekankan pada pesan dalam iklan berupaya meyakinkan masyarakat pada cerita imajinasi, bahkan satu tindakan sederhana bisa berdampak besar pada pelaku satu semprotan Axe yang membuatnya merasa tampan atau merasa menarik, bahkan bagi bidadari karena secara psikologis merupakan implementasi abstrak dari keinginan.

Dalam iklan Axe versi *"Bidadari Lupa Diri"*, peneliti lebih mengarahkan secara sederhana yaitu dengan cara meneliti dengan analisis wacana. Analisis wacana yang sesuai untuk membahas karakteristik wanita dalam iklan yaitu dengan analisis wacana dari Teun A.Van Djik dengan struktur mikro. Menggunakan struktur mikro karena analisis yang diambil yaitu pada karakteristik wanita dalam iklan. Dengan analisis wacana maka dengan tepat mengetahui karakater wanita yang ada pada iklan Axe dan pesan apa yang sebenarnya akan disampaikan kepada masyarakat dalam iklan Axe dengan slogan *"Bidadari Lupa Diri"*.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang permasalahan tersebut, maka identifikasi masalahnya yaitu:

- Iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri" memperlihatkan sisi karakter wanita dengan makna yang mendalam dan harus lebih diperjelas lagi secara karakter, supaya penonton ataupun pengguna parfum Axe dapat dengan jelas mengetahui makna apa yang ada pada iklan tersebut.
- Gaya bahasa yang digunakan untuk melihat karakteristik wanita pada iklan Axe versi ini memperlihatkan daya pikat seorang wanita terhadap laki-laki. Iklan ini menunjukan satu tindakan sederhana bisa berdampak besar bagi pelaku. Tindakannya yaitu dengan menyemprotkan Axe membuatnya tampan atau menarik, bahkan bidadari. Jadi Gaya bahasa yang diperlihatkan dapat diketahui oleh para konsumen Axe.
- Dengan memakai figur wanita dengan sosok bidadari (makhluk berjenis kelamin perempuan yang tinggal di kahyangan dalam kepercayaan Hindu dan Islam), penonton atau pengguna parfum Axe mengetahui pesan apa saja yang akan disampaikan melalui visualisasi pada iklannya, yaitu

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

dengan mempertegas teks wacana yang disampaikan oleh alur cerita iklan tersebut seperti apa, supaya memudahkan konsumen untuk membeli produk Axe.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

- Makna, gaya bahasa dan pesan apa saja yang disampaikan pada iklan Axe versi *"Bidadari Lupa Diri"* melalui karakteristik peran wanita sebagai bidadari yang ada pada iklan Axe dengan menggunakan analisis Wacana Teun Van.A Djik?

1.4. Batasan Masalah

- Menggunakan analisis wacana untuk membedah lebih lanjut wacana yang ada pada karakteristik wanita dengan menjelaskan makna, gaya bahasa dan pesan apa saja yang ada pada iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri".
- Penggunaan figur wanita pada iklan Axe yaitu sebagai sosok bidadari dengan keterkaitan peran wanita didalamnya dengan menggunakan teori wacana yang menjelaskan tentang gesture (gerak tubuh), ekspresi, dan gaya bahasa yang digunakan untuk menganalisis karakteristik wanita pada wacana iklan.
- Pada analisis wacana menggunakan struktur mikro karena yang diambil pada iklannya, yaitu dengan menggunakan empat unsur yaitu Unsur Semantik, Unsur Sintaksis, Unsur Stilistik, dan Unsur Retoris.

1.5. Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kualitatif* yaitu pendekatan ini diarahkan pada latar belakang dan individu tersebut secara utuh. Jadi, dalam hal ini perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan dengan pendekatan yang bersifat *deskriptif*, yaitu prosedur pemecahan masalah dengan menggambarkan / melukiskan keadaan subyek/ obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Data yang dikumpulkan

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

berupa kata-kata dan gambar. Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dan terperinci, mengidentifikasikan masalah, membuat perbandingan atau evaluasi menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

1.5.1 Metode Penelitian Kualitatif

Metode penelitian yang diterapkan adalah berdasarkan pada iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri" yaitu menceritakan bahwa dengan satu tindakan sederhana bisa berdampak besar pada pelaku. Satu semprotan Axe membuatnya tampan, bahkan untuk seorang bidadaripun tertarik. Metode kualitatif digunakan untuk penilaian subjektif sehingga hanya perlu mengobservasi dan mengamati dari sudut penelitian dan dapat mengembangkannya dengan baik.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber asli. Sumber asli disini diartikan sebagai sumber pertama darimana data tersebut diperoleh. Data primer dapat dilakukan dengan mengobservasi audio visual dalam iklan tersebut. Data primer atau data utama dalam penelitian “Karakteristik Wanita dalam Iklan Axe versi Bidadari Lupa Diri” dilakukan dengan menganalisa objek iklan tersebut dalam media televisi.

Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu,

1. Pada tahapan ini, peneliti menggunakan metode analisis wacana, yaitu untuk menemukan karakteristik wacana pada wanita dalam iklan Axe versi "bidadari lupa diri"
2. Pada tahap kedua menggunakan data primer maupun sekunder berupa wawancara kepada konsumen yang menggunakan Axe.
3. Menggunakan beberapa sumber bahan untuk mengetahui karakteristik wanita pada iklan Axe versi "bidadari lupa diri"

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Data Sekunder

Data sekunder didapat melalui cara kepustakaan, yaitu dengan cara mempelajari dan mengutip teori-teori/ konsep-konsep dari sejumlah literatur. Baik itu berupa buku, majalah, website, company profile maupun bahan lainnya yang sesuai dengan topik penelitian.

Fokus Penelitian

Untuk memperjelas arah penelitian dari analisis iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri", maka fokus penelitian yang diteliti yaitu pada wacana karakteristik wanita dalam iklan Axe tersebut yaitu untuk menyampaikan makna, gaya bahasa dan pesan apa saja yang disampaikan pada iklan Axe terutama mengenai karakteristik peran wanita sebagai bidadari yang ada pada iklan tersebut.

Teknik Analisa Data

Setelah data dideskripsikan, tahap selanjutnya adalah menentukan bagaimana makna, gaya bahasa, dan pesan pada karakteristik wanita dalam sebuah iklan parfum Axe versi bidadari jatuh dengan menggunakan teori analisi wacana Van Djick dengan struktur mikro.

1.6 Tujuan Penelitian

1. Dengan analisis wacana, akan mengetahui makna, gaya bahasa dan pesan apa saja yang akan disampaikan pada karakteristik wanita dalam iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri".
2. Dengan analisis wacana dengan struktur mikro dapat mengetahui lebih lanjut wacana yang ada pada iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri"

1.7 Manfaat Penelitian

1.7.1 Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah gambaran maupun referensi untuk penelitian selanjutnya dan untuk menambah masukan demi pengembangan ilmu komunikasi khususnya dibidang periklanan untuk mengetahui karakteristik wanita yang diperankan dalam iklan Axe versi "bidadari lupa diri".

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

1.7.2 Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai acuan atau bahan evaluasi dari penelitian dengan analisis wacana.

1.8 Sistematika Penulisan

Sitematika penulisannya yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai iklan Axe versi "bidadari lupa diri". Salah satu iklan yang menggunakan wanita sebagai salah satu media utama. Iklan tersebut menceritakan seorang laki-laki yang sebelum tidur menggunakan parfum Axe. Pada bab ini juga secara ringkas diperjelas mengenai identifikasi masalah rumusan masalah, batasan masalah, metode penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TEORI TEUN A. VAN DJIK DAN KARAKTERISTIK BIDADARI PADA IKLAN

Pada bab ini akan menjelaskan teori yang berkaitan dengan analisis karakteristik wanita pada iklan Axe versi "Bidadari Lupa Diri" yaitu dengan menggunakan teori wacana Teun A. Van Dijk dengan struktur mikro agar mengetahui makna, gaya bahasa dan pesan apa saja yang disampaikan pada iklan Axe versi ini pada karakteristik wanita pada iklan Axe. Teori ini meliputi struktur mikro. Pada bab ini juga dijelaskan mengenai analisis wacana itu seperti apa, pengertian iklan, figur wanita dalam iklan, pengertian karakter dan sifat, karakteristik wanita, dan menjelaskan iklan sebagai wacana.

BAB III PRODUK AXE DAN KARAKTERISTIK BIDADARI PADA IKLAN AXE VERSI "BIDADARI LUPA DIRI"

Pada bab ini menguraikan data-data mengenai produk Axe yaitu deskripsi iklan Axe versi "bidadari lupa diri", karakteristik wanita pada iklan Axe, menjelaskan alur cerita dari iklan televisis Axe, dan diperjelas dengan story board iklan Axe versi "bidadari lupa diri"

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

BAB IV ANALISIS WACANA PADA KARAKTERISTIK WANITA DALAM IKLAN AXE VERSI "BIDADARI LUPA DIRI"

Pada bab ini dijelaskan mengenai karakteristik masing-masing peran wanita yang ada pada iklan Axe versi "bidadari lupa diri" dengan mengetahui karakter masing-masing pada wanita di iklan Axe ini, dapat dengan mudah menemukan makna, gaya bahasa, pesan yang akan disampaikan pada iklan.

BAB V KESIMPULAN

Berisi uraian tentang pokok-pokok kesimplulan dan saran yang perlu disampaikan dengan hasil penelitian.

Created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional