

ABSTRAK

Rizky Nur Rosidah, B06210072, 2014. Representasi Perempuan dalam Desain Iklan *Weight Reduction Program* (WRP) di Televisi (Analisis Semiotika Roland Barthes). Skripsi Jurusan Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci : Representasi Perempuan, Iklan, dan Televisi.

Adapun permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini adalah : (1) bagaimana representasi perempuan dalam desain iklan *Weight Reduction Program* (WRP) di televisi dan (2) bagaimana makna desain iklan tentang perempuan dalam iklan *Weight Reduction Program* (WRP) di televisi.

Peneliti menggunakan pendekatan paradigma kritis dengan jenis penelitian semiotika Roland Barthes. Sedangkan yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah perempuan dalam desain iklan *Weight Reduction Program* (WRP) di televisi. Peneliti mengambil empat jenis iklan *Weight Reduction Program* (WRP) yaitu WRP *6 Day-Diet Pack*, WRP *Bodyshape-Curve*, WRP *Diet to Go-Live the Dream*, dan WRP *Nutritious Drink-White Wedding*.

Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa (1) perempuan dalam iklan ini direpresentasikan sebagai perempuan bertubuh gemuk yang berusaha untuk melakukan diet sebagai solusinya. Proses diet yang dilakukan dengan baik akan membuat tubuh menjadi langsing. Dengan tetap melakukan diet dan menjaga pola makan, tubuh akan terbentuk dengan lekukan-lekukan indah yang menjadikan tubuh terlihat seksi. (2) perempuan dalam iklan ini memiliki makna bahwa perempuan yang gendut akan merasa gelisah memikirkan solusi untuk menurunkan berat badan. Pelangsingan tubuh menjadi solusinya. Saat proses pelangsingan tubuh berlangsung, perempuan seringkali mengkhayalkan bentuk tubuh yang akan dimilikinya setelah proses pelangsingan yang dilakukan. Proses pelangsingan tubuh yang berhasil akan membuat perempuan merasa bahagia yang ditandai dengan senyum yang mengembang di bibir karena telah berhasil membuat tubuhnya ideal. Perempuan akan tetap menjaga bentuk tubuhnya dengan tetap mengonsumsi produk diet untuk membentuk tubuhnya menjadi seksi. Tubuh seksi akan membuat tingkat kepercayaan diri yang tinggi pada diri perempuan. perempuan akan memperlihatkan bentuk tubuhnya dengan menggunakan busana ketat yang terbuka sehingga akan menimbulkan kesan seksual dalam benak orang yang melihatnya.

Peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi tayangan iklan televisi di Indonesia, yaitu sebagai media promosi atau media untuk menjual berbagai jenis produk bagi masyarakat, sebaiknya dalam tayangan iklan di televisi, penggunaan perempuan sebagai model iklan sebaiknya memperhatikan nilai dan norma yang berlaku di Indonesia.