

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN SHAMPOO

(Analisis Wacana Iklan Shampoo Sunsilk Black Shine)

Oleh

GITO ROLIS DALI

NIM: 291-411-035

Telah Diperiksa dan Disetujui Untuk Diuji

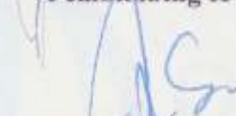
Pembimbing I



Yowan Tamu S.Ag., MA

NIP. 19770806 200501 2 001

Pembimbing II

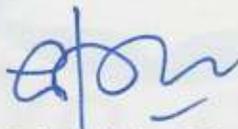


Citra F.I.L Dano Putri S.Pd., M.I.Kom

NIP. 19841008 201404 2 001

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Zulaeha Laisa, S.Sos., M.Si

NIP. 19731214 200312 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "*Citra Perempuan Dalam Iklan Shampoo (Analisis Wacana Iklan Shampoo Sunsilk Black Shine)*"

Oleh

Gito Rolis Dali

Nim 291411035

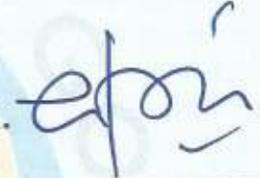
Telah dipertahankan didepan dewan penguji

Hari/Tanggal : Sabtu, 14 Juli 2018

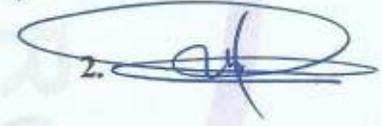
Waktu : 14.00

Penguji

1. **Zulaeha Laisa, S.Sos, M.Si**
NIP : 197312142003122001

1. 

2. **Syahrir Soleman, S.Kom, M.Kom**
NIP : 19860304201501001

2. 

3. **Yowan Tamu, S.Ag, M.A**
NIP : 197708062005012001

3. 

4. **Citra F.I.L Dano Putri, S.Pd, M.I.Kom**
NIP : 198410082014042001

4. 

Gorontalo, 17 Juli 2018

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO



Dr. Sastro M. Wantu, SH, M.Si
NIP : 196609031996031001

**"IMAGE OF WOMEN IN SHAMPOO ADVERTISING"
(Discourse Analysis of Black Shine Shampoo Advertising)**

Gito Rolis Dali, *Yowan Tamu, **Citra F.I.L, Dano Putri
Study Program of Communication Science
Faculty of Social Sciences, State University of Gorontalo

ABSTRACT

World of advertising on television is filled with diverse description forms of society, from the very realistic to imaginative. The size of modernity, luxury, and beauty is referred from advertising appearance in mass media. The problem addressed in this research was how the image of women in Sunsilk Black Shine shampoo advertising is. It aimed to know the image of women constructed in Sunsilk Black Shine shampoo advertising by applying qualitative method with Teun Van Dijk framework in which it was a text discourse analysis. The text was divided into three levels namely the first was macro structure comprised thematic, the second was superstructure comprised schematic, and the third was microstructure comprised of semantic, syntax, stylistics and rhetoric. The research finding found one sentence being emphasized to affect society to select the Sunsilk product and it associated with Macro Structure and found in the first and last text which was: "*Berkilaudah tanpa henti disetiap situasi*" and "*kilauku tak terhentikan*". In conclusion, the entire text discourse analysis could know the construction of Sunsilk shampoo advertising text that was able to affect consumers' interest to select the product. The text was concise but clear, and it could represent all aspects of the product including environment, friend, workplace, and family; thus the society was easy to understand the information in the ads. The suggestion of this research was for those who are interested in interesting ads, they should be able to understand the main message of the ads in its positive side without judging other people and take into account the ads as positive information and entertainment for society.

Keywords: Image of Women, Analysis, Discourse



“CITRA PEREMPUAN DALAM IKLAN SHAMPOO (Analisis Wacana Iklan Shampoo Black Shine) “

Gito Rolis Dali, *Yowan Tamu,**Citra F.I.L Dano Putri.

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Gorontalo

ABSTRAK

Dunia iklan di televisi dipenuhi dengan beraneka ragam bentuk gambaran kehidupan masyarakat dari yang sangat realistis hingga gambaran tentang mimpi-mimpi imajinatif. Ukuran modernitas, kemewahan, dan kecantikan dirujuk dari penampilan iklan di media massa. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu, Bagaimana citra perempuan dalam iklan shampoo Sunsilk Black Shine?. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui citra perempuan dikonstruksi dalam iklan shampoo Sunsilk Black Shine.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan menggunakan kerangka Teun Van Dijk yaitu metode analisis wacana teks. Dalam segi teks terbagi menjadi tiga tingkatan yang pertama struktur makro yang terdiri dari tematik, kedua superstruktur yang terdiri dari skematik, Ketiga struktur mikro yang terdiri dari semantik, sintaksis, stilistik dan retorik. Hasil penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana teks iklan shampoo sunsilk mempengaruhi masyarakat untuk memilih produk sunsilk, dalam hal ini ada satu kalimat yang ditekankan dalam iklan ini yakni pada bagian Struktur Makro : Hasil temuan yang penulis analisa pada iklan shampoo sunsilk black shine pada bagian ini adalah pada teks pertama dan terakhir yakni : “Berkilaulah tanpa henti disetiap situasi” dan “Kilauku tak terhentikan”

Kesimpulannya bahwa melalui analisis wacana teks secara keseluruhan dapat diketahui bahwa penyusunan teks iklan shampoo sunsilk dapat memengaruhi daya tarik kosumen untuk memilih produk ini, penyusunan teks yang singkat namun jelas ini dapat mewakili semua aspke yaitu lingkungan, sahabat, tempat kerja dan keluarga, sehingga mudah masyarakat untuk mencerna informasi produk yang disampaikan dalam iklan. Saran dalam penelitian ini untuk para khalayak yang tertarik dengan suguhan iklan yang menarik, alangkah baiknya bisa memahami inti pesan dari iklan tersebut dari sisi positifnya, tanpa harus menjudge orang lain dan memahami iklan itu sebagai informasi positif dan hiburan positif bagi masyarakat.

Kata Kunci : Citra Perempuan, Analisis, Wacana