UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Citra yang Dipertontonkan: Representasi Identitas Perempuan Ideal Masa Kini dalam Iklan Televisi Wardah Kosmetik
WAHYU TRIANA SARI, Dr. Oki Rahadianto.,S.Sos.,M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PENGESAHAN ii
PERNYATAAN iii
KATA PENGANTAR iv
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xi
INTISARI xii
ABSTRACT xiii
BAB I. PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG 1
B. RUMUSAN MASALAH 9
C. TUJUAN PENELITIAN 10
D. FOKUS PENELITIAN 10
E. TINJAUAN PUSTAKA 11
F. KERANGKA TEORITIK
1. Televisi dan Iklan 14
2. Representasi 17
3. Ideologi 21
4. *Self Identity* Anthony Giddens 23
5. *Spectacle Society* Guy Debord 31
6. *Consumer Society* Baudrillard 35
G. METODE PENELITIAN 41

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Citra yang Dipertontonkan: Representasi Identitas Perempuan Ideal Masa Kini dalam Iklan Televisi Wardah Kosmetik
WAHYU TRIANA SARI, Dr. Oki Rahadianto.,S.Sos.,M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

BAB II. SEJARAH PERKEMBANGAN WARDAH DAN SEJARAH PEREMPUAN DI INDONESIA

A. SEJARAH PERKEMBANGAN WARDAH 53
B. BRAND AMBASSADOR 56
C. PROMOSI DAN PENGHARGAAN 60
D. TREN KOSMETIK HALAL 68
E. SEJARAH PEREMPUAN DI INDONESIA
1. Perempuan Indonesia dalam Bingkai Sejarah Perjuangan.. 70
2. Pembatasan Gerak Perempuan 75
3. Perempuan dari Masa ke Masa dalam Bingkai Iklan 79
a. Perjalanan Trend Kecantikan di Indonesia 79
b. Karakteristik Perempuan dalam Bingkai Iklan 83

BAB III. MEMBUKA WACANA ”MENJADI PEREMPUAN IDEAL” DALAM IKLAN TELEVISI WARDAH

A. PERAN MEDIA DALAM MENCIPTAKAN CITRA 90
B. WARDAH DALAM DUNIA NYATA 95
C. MEMBEDAH IKLAN WARDAH MELALUI PEMBACAAN BERBAGAI KODE 97
1. Membedah Iklan Wardah Melalui Kode Bahasa dan Kode Visual 99
a. Start A Good Thing 100
b. Cantik dari Hati 102
c. Kisah di Balik Cantik- Halaman Baru (Ineke Koesherawati) 104
d. 20 Tahun Wardah 105
2. Interpretasi Kode Iklan Wardah dalam Bingkai Wacana ... 114
a. Wacana Gender 115

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Citra yang Dipertontonkan: Representasi Identitas Perempuan Ideal Masa Kini dalam Iklan Televisi Wardah Kosmetik
WAHYU TRIANA SARI, Dr. Oki Rahadianto.,S.Sos.,M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

b. Wacana Kelas 127
c. Wacana Muslim 132

BAB IV. ANALISIS SOSIO KULTURAL KONSTRUKSI PEREMPUAN IDEAL MELALUI REPRESENTASI IKLAN WARDAH

A. KEBEBASAN PEREMPUAN UNTUK MEMILIH 139
B. *STEREOTYPE* BAGI PEREMPUAN MASA KINI 141
C. PEREMPUAN MUSLIM KOSMOPOLITAN 149
1. Kecantikan dan *Style* Global 153
2. Orientasi Hiburan dan Belanja 155
3. Interaksi Lintas Negara 158
4. Orientasi Ekonomi 161
5. Refleksif terhadap Perubahan 163
D. PENTINGNYA PENGAKUAN CITRA PEREMPUAN SEBAGAI AJANG TONTONAN 165
1. Identitas sebagai Tontonan 165
2. Konsumsi dan Tontonan 177

BAB V. PENUTUP

A. KESIMPULAN 188
B. REFLEKSI KRITIS 192

DAFTAR PUSTAKA 197
LAMPIRAN 204

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Citra yang Dipertontonkan: Representasi Identitas Perempuan Ideal Masa Kini dalam Iklan Televisi Wardah Kosmetik
WAHYU TRIANA SARI, Dr. Oki Rahadianto.,S.Sos.,M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Tayangan Iklan Sariayu 1980an, Pemeran Perempuan Indonesia dan Perempuan Barat 81
Gambar 2 Sampul Majalah Femina Edisi 13-19 Oktober 1994 82
Gambar 3 Tampilan Menu Utama Website Wardah 97
Gambar 4 Website Wardah Menampilkan Logo Khusus 98
Gambar 5 Perempuan di Luar Ruangan (20 Tahun Wardah) 120
Gambar 6 Prosesi Pernikahan dalam Iklan Wardah 124
Gambar 7 Para Perempuan Melakukan Aktivitas Belanja 125
Gambar 8 Dewi Sandra Menaiki *Mini Ferry* di Eropa 129
Gambar 9 Tatjana Saphira Memberikan Kue ke Panti Asuhan 130
Gambar 10 Zaskia Sungkar sebagai Desainer dalam Iklan Wardah 131
Gambar 11 Dewi Sandra Tampil Menyanyi dengan Hijab 134
Gambar 12 *Frame* Identitas Perempuan dalam Ideologi Ibuisme 143
Gambar 13 *Frame* Perempuan Kosmopolitan dalam Iklan 151
Gambar 14 Contoh Penciptaan Citra Perempuan dalam Media 171

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Citra yang Dipertontonkan: Representasi Identitas Perempuan Ideal Masa Kini dalam Iklan Televisi Wardah Kosmetik
WAHYU TRIANA SARI, Dr. Oki Rahadianto.,S.Sos.,M.Si.
Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kerangka Kerja Penelitian 47
Tabel 2 Teks dalam Iklan Wardah 118
Tabel 3 Rangkuman Interpretasi Beragai Tanda dalam Iklan Wardah 136
Tabel 4 Hasil Analisis Struktur Makro (Praktik Sosial Kultural) 186