

ABSTRAKSI

Berangkat dari fenomena “cewek matre” yang mulai menjamur di beberapa kota besar dan pelosok kecil di Indonesia, penulis mencoba mengangkat fenomena tersebut melalui media yang berbeda, yakni iklan televisi, yang mana iklan televisi merupakan medium iklan *audio visual* yang sangat mampu menarik perhatian target audiensnya akhir-akhir ini sehingga tidak sedikit audiens atau bahkan masyarakat luas yang termakan dan terhipnotis dengan bualan grafis dan bisikan audio dari iklan televisi tersebut, baik dari produk dan jasa manapun yang beriklan melalui televisi. Maka dari itu, penulis sangat fokus dengan penulisan karya akhir ini, yang mana fokus penelitian dari penulisan karya akhir ini merupakan luapan kejenuhan penulis atas maraknya wajah-wajah baru “cewek matre” yang mulai dieksploitasi melalui berbagai macam medium iklan dengan mengesampingkan nilai positif dari karakter perempuan itu sendiri, dimana tidak semua perempuan memikirkan materi saja melainkan juga memikirkan hal-hal bermanfaat lainnya.

Dalam pengantar tersebut, kemudian penulis mengangkat konstruksi konsep dan nilai materialisme yang terdapat di dalam diri perempuan tersebut melalui dua versi iklan televisi Wafer Beng-Beng *Unstoppable Enjoyment*, yakni *Cool Class* dan *Great Date*, yang mana fokus pengkajian perempuan tersebut lebih kepada mayoritas sosok perempuan muda di Indonesia saat ini dan status perempuan tersebut ketika disandingkan oleh lawan mainnya, yakni pria yang digambarkan dengan dua karakter berbeda, yakni pria berwajah tampan dan pria berbadan gendut.

Proses pengkajiannya sendiri menggunakan analisis wacana kritis yang dikemukakan oleh Foucault dengan melibatkan seluruh instrumen *audio, visual*, dan teks yang terdapat di dalam kedua versi iklan televisi Wafer Beng-Beng *Unstoppable Enjoyment* tersebut sehingga semua komponen di dalam instrumen iklan televisi Wafer Beng-Beng tersebut, pada akhirnya, menyimpulkan hasil dari penelitian dalam karya akhir ini, yakni karakter-karakter perempuan muda masa kini yang mulai banyak menjamur, sisi negatif perempuan muda materialistis yang kemudian dibentuk dengan dukungan dari karakter-karakter mereka yang terlalu masa kini tersebut, dan simpulan *final art* dari eksekusi konsep Flowr Indonesia untuk dua versi iklan Wafer Beng-Beng *Unstoppable Enjoyment* tersebut yang melenceng dari konsep yang ingin dibentuk sebelumnya, yakni kesalahan penempatan *talent* utama dengan *talent* kedua dan kekeliruan penyampaian pesan kepada target audiens yang membuahkan bias tafsir berbeda dari bentuk *visual* dan *audio* iklan tersebut.

Kata kunci: materialisme, perempuan, muda, cewek matre, iklan televisi, makanan ringan, wacana kritis.

ABSTRACTION

Departing from the phenomenon of "materialistic girl" that began mushrooming in major cities and small corners in Indonesia, the authors tried to raise these phenomena through different media, namely television commercial, which is a television commercial audio-visual advertising medium that is highly capable of attracting the attention of the target audience lately so there is a bit of audience or even the public at large are inedible and hypnotized by boasting graphics and audio whisper of television commercial, both of products and any services that advertise on television. Therefore, the authors are very focused with the writing of this thesis, which is the focus of research of the writing of this thesis is the overflow saturation writer on the rise of new faces "materialistic girl" who began to be exploited through various advertising mediums with the exclusion of the positive value of character women themselves, which not all women think of the material alone but also helpful to think about any positif things else.

With that introduction, the author lifting construction concepts and materialism values that contained in these women's self through two versions of Beng-Beng Wafer *Unstoppable Enjoyment* television commercial, namely *Cool Class* and *Great Date*, which is the focus of the women study were more to the majority of young female figures in Indonesia at this time and the status of women is when juxtaposed by the opponent, the man who was described by two different characters, which is the handsome man and the fat-bodied man.

This study raised the process itself using critical discourse analysis that proposed by Foucault by involving all the instruments audio, visual, and text which is contained in both television commercials versions of Beng-Beng Wafer *Unstoppable Enjoyment*, so all of that components in Beng-Beng Wafer television commercial instrument, in the end, summing up the research results in this thesis, such as the characters of young women today who started mushrooming explodely, the negative side of the young materialistic woman who later formed with the support of their too-present characters, and the final art execution of the Flowr Indonesia's concept for that two Beng-Beng Wafer *Unstoppable Enjoyment* versions of the ads which is deviated from the concept to be formed previously, namely misplacement major talent with both talent and the error message delivering to the audience target that led to some different interpretations of the visual and audio form that ads.

Keywords: materialism, female, young female, materialistic girl, television commercials, snacks, critical discourse analysis.