



KAJIAN FEMINISME DALAM IKLAN TV “ TOP WHITE COFFEE”  
(VERSI RALINE SHAH)

Stefani Indrawati

10.13.0059

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG 2015

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

KAJIAN FEMINISME DALAM IKLAN TV “ TOP WHITE COFFEE”  
(VERSI RALINE SHAH)

Nama : Stefani Indrawati

NIM : 10.13.0059

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 15 Maret 2015

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Arsitektur dan Desain

Ir. IM. Tri Hesti Mulyani, MT.

NIDN. 0611086201

Kaprodi Desain Komunikasi Visual,

Koordinator Proyek Akhir DKV

Ir. Robert Widjaja, MT.

NIDN. 0627066701

Ir. Robert Widjaja, MT.

NIDN. 0627066701

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul :

KAJIAN FEMINISME DALAM IKLAN TV “ TOP *WHITE COFFEE*”  
(VERSI RALINE SHAH)

Nama : Stefani Indrawati

NIM : 10.13.0059

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang, 15 Maret 2015

Menyetujui,

Pembimbing

Peter Ardhianto, S.Sn., M.Sn.

NPP. 058.5.2013.100

Penguji I

Penguji II

Ir. Robert Widjaja, MT.

NIDN. 0627066701

Ir. Ign. Dono Sayoso, MSR.

NIDN. 0608075601

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Stefani Indrawati

NIM : 10.13.0059

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Arsitektur dan Desain

Universitas : Universitas Katolik Soegijapranata

Judul Proyek Akhir :

KAJIAN FEMINISME IKLAN TV “*TOP WHITE COFFEE*”  
(*VERSI RALINE SHAH*)”

Menyatakan bahwa proyek akhir ini adalah hasil karya saya sendiri serta telah mengikuti peraturan akademik dalam melakukan kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan / atau pemalsuan data maupun bentuk – bentuk kecurangan yang lain, Saya bersedia menerima sanksi dari Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Demi kepentingan akademis, maka saya bersedia dan menyetujui bentuk publikasi dari karya ilmiah ini.

Semarang, 15 Maret 2015

Stefani Indrawati

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena penyusun telah menyelesaikan Proyek Akhir pengkajian (skripsi) tentang Kajian Feminisme Iklan TV “TOP White Coffee (Versi Raline Shah)” dan akhirnya proyek akhir ini telah selesai. Dalam kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Proyek Akhir ini, antara lain:

1. Peter Ardianto, S.Sn, M.Sn selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan pengarahan, dan dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan Proyek Akhir ini.
2. Seluruh Dosen Fakultas Desain Komunikasi Visual UNIKA Soegijapranata yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu serta pengalaman yang sangat berguna bagi penulis.
3. Kedua orangtua yang telah memberikan dukungan doa dan memfasilitasi penulis dalam penyusunan Proyek Akhir ini.
4. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian Proyek Akhir Desain Komunikasi Visual ini.

Semoga Proyek Akhir ini bisa bermanfaat bagi semua orang guna memberi wawasan dan ilmu pengetahuan tambahan. Dalam menyusun Proyek Akhir ini, penyusun sadar bahwa masih banyak kekurangan, maka dari itu penyusun mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan laporan ini agar menjadi lebih baik.

Semarang, 15 Maret 2015

penyusun,

Stefani Indrawati

## ABSTRAK

Media periklanan yang semakin maju mulai menunjukkan kreatifitasnya dalam iklan-iklan yang di tampilkan di televisi. Melalui iklan televisi yang menggunakan figur-figur perempuan mulai mendongkrak kembali perkembangan feminisme yang ada di Indonesia. Feminisme merupakan kesadaran kaum perempuan untuk melawan penindasan, dan melalui hal tersebut perempuan mulai menciptakan karakternya sendiri menjadi perempuan yang tangguh, mandiri, mampu menjadi pemimpin dan bebas mengekspresikan dirinya. Persaingan iklanpun semakin banyak yang menggunakan figur perempuan. Dalam hal ini peneliti mengkaji pada iklan televisi TOP *White Coffee* sebagai kajian feminisme. Iklan TOP White Coffee menggunakan figur perempuan merupakan strategi komunikasi dalam iklan. Visual komunikasi dalam iklan sangat mempengaruhi efek penerimaan pesan pada konsumen. Iklan TOP *White Coffee* menggunakan figur Raline Shah sebagai brand dari produknya. Bagaimana figur Raline Shah dapat mewakili feminisme dalam iklan tersebut? Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji feminisme dalam iklan TOP White Coffee versi Raline Shah. Melihat bagaimana peran feminisme menjadi kekuatan dalam Desain Komunikasi Visual. Metode yang akan dilakukan yaitu dengan observasi langsung atau studi lapangan, wawancara, studi literatur, dan analisa data. Melalui penelitian ini kesimpulan yang di dapat yaitu perempuan mampu memperbaiki hak-hak mereka. Dengan begitu cara pandang mengenai perempuan sudah mulai berubah, kekuatan perempuan yang ditunjukkan pada peran utama dalam film, *icon* suatu produk, perempuan ditempatkan sebagai model dalam media utama *advertising*.

Kata Kunci : Iklan, Feminisme, Komunikasi Visual

## **ABSTRACT**

*Advertising media is more advanced begins to show creativity in ads on television show. Through many commercials break use female figures began to boost the development of feminism in Indonesia. Feminism is the awareness of women to fight oppression, and through it the women begin creating his own character into a strong woman, independent, be able to became a leader and feel free to express themselves. More branding competition and more women as main figures. In this case the researchers examined in a television ad TOP White Coffee as a study of feminism. Advertising TOP White Coffee using a female figure in advertising communication strategy. Visual communication in advertising greatly affect the effect on consumer acceptance of the message. Advertising TOP White Coffee using figures Raline Shah as the brand of the product. How Raline Shah figures can represent feminism in these ads? This study aims to examine feminism in advertising TOP White Coffee Raline Shah version. See how the role of feminism into strong point in Visual Communication Design. The method will do that is by direct observation or field studies, interviews, literature review, and data analysis. Through this research conclusions in which women can be able to improve their rights . With so the perspective of women is changing , the power of women demonstrated in the lead role in the film , the icon of a product , women are placed as a model in the main media advertising .*

*Keywords: Advertising, Feminism, Visual Communication*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Pembatasan Masalah	3
I.3. Perumusan Masalah	3
I.4. Tujuan Penelitian	3
I.5. Manfaat Penelitian	3
I.6. Kerangka Penelitian	4
I.7. Metode Penelitian	4
I.8. Kajian Pustaka	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
II.1. Teori Periklanan	7
II.1.1. Periklanan	7
II.1.2. Iklan Televisi	8
II.1.3. Macam-macam Iklan	9
II.2. Teori Komunikasi Visual	10
II.3. Teori Feminisme	10
II.3.1. Sejarah Feminisme	10
II.3.2. Perkembangan Feminisme	11
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
III.1. Variabel Penelitian	14
III.2. Metode Pembahasan	14



III.2.1. Metode Observasi/ Studi Lapangan	15
III.2.2. Wawancara	15
III.2.3. Studi Literatur	16
III.2.4. Analisa Data	16
<b>BAB IV DATA PENELITIAN</b>	
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian	18
IV.1.1. <i>Wings Food</i>	18
IV.1.2. <i>TOP Coffee</i>	19
IV.1.3. Iklan <i>TOP Coffee</i>	21
IV.1.4. Raline Shah	23
<b>BAB V ANALISA</b>	
V.1. Perempuan dan Iklan	26
V.1.1. Peran Perempuan dalam Iklan	26
V.1.2. Peran Perempuan dalam Iklan Kopi	28
V.1.3. Peran Perempuan dalam Iklan <i>TOP White Coffee</i>	29
V.2. Desain Komunikasi Visual dan Feminisme dalam Iklan <i>TOP White Coffee</i>	29
V.2.1. Desain Komunikasi Visual dan Feminisme	29
V.2.2. Raline Shah sebagai Representasi Perempuan	30
V.2.3. Kekuatan Perempuan dalam Iklan dan Desain Komunikasi Visual	32
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
VI.1. Kesimpulan	34
VI.2. Saran	36
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I . 1 Kerangka Penelitian	4
Gambar IV. 1 Logo PT.Wings Food	18
Gambar IV. 2 Kemasan Kopi Susu Gula	19
Gambar IV. 3 Kemasan Kopi Mocca	20
Gambar IV. 4 Kemasan Kopi Gula	20
Gambar IV. 5 Kemasan Kopi Murni	21
Gambar IV. 6 Kemasan <i>White Coffee</i>	21
Gambar IV. 7 Tampilan Produk <i>White Coffee</i>	22
Gambar IV. 8 Poster Iklan TOP <i>White Coffee</i>	23
Gambar IV. 9 Raline Shah	23
Gambar V. 1 Runtutan Analisa	26
Gambar V. 2 Scene Iklan TOP <i>White Coffee</i>	31

