

**REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN-IKLAN DI MAJALAH
FEMINA TAHUN 1990 – 2000**



SKRIPSI

Oleh:

FAHMI BARTIAN PUTRA

NIM 121411431019

PROGRAM STUDI ILMU SEJARAH

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022



**REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN-IKLAN DI MAJALAH
FEMINA TAHUN 1990 – 2000**



SKRIPSI

Oleh:

FAHMI BARTIAN PUTRA

NIM 121411431019

PROGRAM STUDI ILMU SEJARAH

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

**REPRESENTASI PEREMPUAN DALAM IKLAN-IKLAN DI MAJALAH
FEMINA TAHUN 1990 – 2000**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Program
Studi Ilmu Sejarah Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga**

Oleh:

FAHMI BARTIAN PUTRA

NIM 121411431019

PROGRAM STUDI ILMU SEJARAH

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini karya tulis saya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Airlangga maupun di perguruan tinggi lain
2. Karya tulis ini murni hasil gagasan, penelitian, dan tulisan saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Karya tulis ini bukan karya jiplakan, dan di dalamnya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena saya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Surabaya 04 April 2022

Yang membuat pernyataan,



10000
MATERAI
TEMPEL
3CA5AJX686256192

Fahmi Bartian Putra

NIM 121411431019

HALAMAN MOTTO

The Angry, the empty, the lonely, the tricked.

We are all museums of fear.

(Charles Bukowski)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya. Khususnya kepada Almarhumah ibu saya, yang senantiasa memberi saya semangat dan doa serta selalu ingin melihat saya lulus dan menjadi seorang sarjana. Mohon maaf apabila hingga akhir hayat-nya tiba beliau belum sempat melihat saya lulus karena keterlambatan dan mengabaikan kewajiban saya sebagai seorang anak. Terakhir untuk para kawan-kawan saya, yang selalu menemani setiap langkah saya dalam melewati hari-hari yang berat. Terimakasih.

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Representasi Perempuan Dalam Iklan-iklan di
Majalah Femina Tahun 1990 – 2000
Nama : Fahmi Bartian Putra
NIM : 121411431019
Program Studi : Ilmu Sejarah
telah disetujui untuk diajukan pada tanggal 01 Maret 2022 oleh:

Pembimbing Skripsi



Ikhsan Rosyid Mujahidul Anwari. S.S., M.A.

NIP. 198110092008121002

dan telah berhasil dipertahankan di Surabaya pada tanggal 04 Maret 2022 di
hadapan Dewan Penguji:

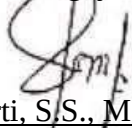
Ketua Penguji I



Drs. Muryadi, M.IP.

NIP.196402181994031002

Penguji 2



Eni Sugiarti, S.S., M.Hum.

NIP.197011131998022001

Penguji 3



Ikhsan Rosyid Mujahidul Anwari. S.S., M.A.

NIP. 198110092008121002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Sejarah



Dr. Sarkawi, S.S., M.Hum.

NIP. 197106291999021001

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Orang tua, jajaran dosen dan staff Departemen Ilmu Sejarah, dan kawan-kawan yang tiada henti memberikan dukungan kepada peneliti. Berkat mereka, peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi yang berjudul *Representasi Perempuan Dalam Iklan-Iklan di Majalah Femina tahun 1990-2000*.

Peneliti membahas tentang bagaimana perempuan direpresentasikan di majalah Femina dalam kurun satu dekade. Peneliti mengamati tentang bagaimana transformasi standar kecantikan yang terus berubah dari satu edisi ke edisi lain, lewat iklan-iklan yang ditampilkan oleh majalah Femina. Sekaligus. Penulisan Skripsi ini adalah mata kuliah wajib serta syarat untuk memperoleh gelar sarjana Humaniora di Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Airlangga Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu, baik secara moral dan materi, diantaranya:

1. Bapak Subari dan Alm. Ibu Djumiati, selaku Orang Tua yang selalu sabar mendukung dan memberi semangat serta materi kepada penulis, untuk menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.
2. Iksan Rosyid, S.S., M.A., selaku Sekretaris Departemen Ilmu Sejarah dan Dosen Pembimbing Skripsi saya.
3. Drs. Muryadi, M.IP., selaku Dosen Wali dan Penguji Skripsi saya.
4. Eni Sugiarti, S.S., M.Hum selaku Dosen Penguji saya.

5. Seluruh jajaran Dosen Departemen Ilmu Sejarah Universitas Airlangga.
6. Mas Yudi Wulung selaku admin Prodi Sejarah yang membantu dalam segala pengurusan berkas perkuliahan.
7. Kawan-kawan saya selama perkuliahan. Studam, Slekhaah, Kantin Pojok, yakni Lucky, Ikvin, Brian, Reno, Haryo, Ibnu, Inad, Faresa, Huda, Ivan, Tanjung, Septian, Kojek, Dava, Alwan, Dimek, Holak Taqwa, Egha, Adit, Resa, Duta, Sigit, Bobby, Lempung, Romi, Yusri, Doni, Alfian, Rahmat, Redo, Andik, Lae, Aben serta crush saya Farrah yang memberikan dukungan di darat, laut dan udara, yang menjadi tempat belajar dan berdiskusi serta turut hadir dalam hari-hari dan malam-malam panjang dan tergelap saya.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PRASYARAT GELAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	9
1.4 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.5 Tinjauan Pustaka	11
1.6 Kerangka Konseptual	12
1.7 Metode Penelitian.....	14
1.8 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II.....	17
2.1 Awal Kemunculan Majalah Perempuan di Indonesia	17
2.2 Peranan Majalah Wanita	20
2.3 Sejarah Majalah Femina	23
2.4 Iklan Pada Masa Orde Baru.....	33
BAB III	38
3.1 Perempuan di Era Orde Baru.....	38
3.2 Citra Perempuan Dalam Majalah Femina Tahun 1990-2000.....	39
3.3 Representasi Kecantikan Dalam Iklan Majalah Femina	42

3.3.1 Iklan Majalah Femina Tahun 1990	44
3.3.2 Iklan Majalah Femina Tahun 1992	50
3.3.3 Iklan Majalah Femina Tahun 1993	54
3.3.4 Iklan Majalah Femina Tahun 1995	58
3.3.5 Iklan Majalah Femina Tahun 1997	62
3.3.6 Iklan Majalah Femina Tahun 1998	66
3.3.7 Iklan Majalah Femina Tahun 2000	70
BAB IV	75
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sampul Femina cetakan pertama 1972.....	25
Gambar 2.2 Sampul Femina edisi 50 tahun 1975	32
Gambar 3.1 Iklan Essilor tahun 1990.....	45
Gambar 3.2 Iklan Vaseline tahun 1990.....	47
Gambar 3.3 Iklan Sunsilk tahun 1990.....	49
Gambar 3.4 Iklan Dralle Beauty tahun 1990	50
Gambar 3.5 Iklan Revlon tahun 1992	51
Gambar 3.6 Iklan Parfume White Diamonds tahun 1992	53
Gambar 3.7 Iklan Citra Beauty Lotion tahun 1992.....	55
Gambar 3.8 Iklan L'Oreal tahun 1993	56
Gambar 3.9 Iklan Gucci Jam Tangan tahun 1993	57
Gambar 3.10 Iklan Sabun Lux tahun 1993	59
Gambar 3.11 Iklan Christian Dior tahun 1995.....	61
Gambar 3.12 Iklan Citra Lotion tahun 1995	62
Gambar 3.13 Iklan Nivea Visage tahun 1995	63
Gambar 3.14 Iklan Lipstik Sariayu Martha Tilaar tahun 1997	64
Gambar 3.15 Iklan Sabun Sariayu Martha Tilaar tahun 1997	65
Gambar 3.16 Iklan Lotion Ponds tahun 1997	66
Gambar 3.17 Iklan Wella tahun 1998	68

Gambar 3.18 Iklan Dewi Sri Spa tahun 1998	69
Gambar 3.19 Iklan Avon Kosmetik tahun 1998	70
Gambar 3.20 Iklan Collage Mercks tahun 2000	72
Gambar 3.21 Iklan Kosmetik Mustika Ratu tahun 2000.....	73
Gambar 3.22 Iklan Pembersih Biore tahun 2000	74

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Representasi Perempuan Dalam Iklan-Iklan di Majalah Femina Tahun 1990-2000. Peneliti berfokus pada transformasi representasi kecantikan perempuan di majalah Femina, khususnya pada kanal iklan. Dalam kurun waktu satu dekade, peneliti menemukan pergeseran tentang bagaimana kecantikan perempuan dinilai dari aneka ragam produk yang diiklankan di majalah Femina. Femina adalah salah satu majalah perempuan terbesar di Indonesia. Majalah tersebut telah berdiri sejak 18 September 1972, dan telah eksis di gelanggang media Indonesia sekitar separuh abad. Sebagai salah satu majalah tertua dan terbesar, hegemoni majalah Femina terkait pergeseran tren kecantikan perempuan dewasa di tanah air memiliki peran yang vital. Penelitian ini adalah studi representasi dengan landasan teori yang dipopulerkan oleh Stuart Hall.

Kata kunci: iklan, kecantikan, majalah Femina, majalah perempuan, representasi.

ABSTRACT

This research is entitled Representation of Women in Advertisements in Femina Magazine 1990-2000. The researcher focuses on transforming the representation of women's beauty in Femina magazine, especially on advertising channels. Within a decade, researchers found a shift in how women's beauty is judged from the variety of products advertised in Femina magazine. Femina is one of the largest women's magazines in Indonesia. The magazine was established since September 18, 1972, and has existed in the Indonesian media arena for about half a century. As one of the oldest and largest magazines, Femina magazine's hegemony regarding the shift in beauty trends for adult women in Indonesia has a vital role. This research use a representation method based on the theory popularized by Stuart Hall.

Keywords: advertising, beauty, Femina magazine, representation, woman magazine.