

ABSTRAK

Perempuan menghisap rokok merupakan suatu fenomena yang masih dianggap tabu oleh sebagian masyarakat Indonesia. Rokok merupakan sesuatu yang diidentikkan dengan laki-laki. Dengan adanya iklan rokok yang terdapat di Indonesia, berakibat dengan meningkatnya konsumsi dalam menghisap rokok baik perempuan maupun laki-laki. Perempuan seringkali dimunculkan dalam model iklan rokok. Tentunya tidak hanya sebagai penarik konsumen laki-laki, namun peneliti juga mengasumsikan bahwa perempuan merupakan target kedua setelah laki-laki untuk menghisap rokok. Perempuan seringkali di cap tidak baik apabila mereka menghisap rokok. Hal ini dikaitkan oleh peneliti dengan iklan rokok Pall Mall dan Sampoerna Mild. Pada iklan rokok ini peneliti ingin mengetahui mengenai pemaknaan akan konsep perempuan dalam iklan rokok Pall Mall dan Sampoerna Mild.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemaknaan perempuan terhadap konsep perempuan yang terdapat dalam iklan rokok Pall Mall dan Sampoerna Mild. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Reception Analysis* dengan Focus Group Discussion (FGD) sebagai teknik untuk menggali pemaknaan. Kemudian, unit analisis pada penelitian ini adalah narasi verbatim informan.

Berdasarkan dari hasil analisis yang dilakukan peneliti, mengenai pemaknaan perempuan terhadap konsep perempuan yang ada pada iklan rokok Pall Mall dan Sampoerna Mild adalah: 1. rokok merupakan suatu alat atau simbol kebebasan secara tidak langsung yang dilakukan oleh perempuan. 2. perempuan merokok bukan suatu hal yang tabu lagi. 3. Menurut informan model perempuan dalam iklan rokok ini sangat dirugikan, karena mereka dieksploitasi sedemikian rupa oleh produsen rokok yang bertujuan untuk meraup profit oriented semata. 4. Menurut Julaika yang notabene etnis Jawa, beranggapan bahwa perempuan makhluk yang secara kodratnya diciptakan untuk pelengkap atau pendamping laki-laki. 5. Anggapan tentang perempuan yang merokok, tidak lepas dari stigma-stigma masyarakat saat ini. Dengan adanya budaya Indonesia yang masih menganut pada sistem patriarki, menyebabkan perempuan masih kurang diakui atau keberadaanya. 6. informan setuju atau menerima akan adanya konsep perempuan yang tampil dalam iklan tersebut.

Kata Kunci : *Perempuan, Rokok, Iklan, Reception Analysis*

ABSTRACT

Woman smoking a cigarette is a phenomenon that is still considered taboo by most people of Indonesia. Smoking is something that is identified with the male. With the presence of cigarette advertising contained in Indonesia, resulting in the increased consumption of cigarette smoking in both women and men. Women are often raised in cigarette advertising model. Of course, not only as consumers puller men, but researchers also assumed that women are the target of a second after the men to smoke cigarettes. Women are often in the cap is not good if they smoke cigarettes . This was attributed by the researchers to Pall Mall cigarette advertising and Sampoerna Mild. In cigarette advertising these researchers wanted to know about the meaning of the concept of women in advertising and Pall Mall cigarettes Sampoerna Mild .

This study aims to explore the meaning of women to the concept of women contained in the Pall Mall cigarette advertising and Sampoerna Mild. This research was conducted using the method Reception Analysis with Focus Group Discussion (FGD) as a technique to explore the meaning. Then, the unit of analysis in this study is a narrative verbatim informant.

Based on the results of the analysis conducted by researchers, the meaning of women to the concept of women who are on Pall Mall cigarette advertising and Sampoerna Mild is : 1. Smoking is a tool or a symbol of freedom indirectly performed by women. 2. women smoking is not a taboo anymore. 3. Women in cigarette advertising is very disadvantaged, because they are exploited as such by cigarette manufacturers who aim to reap profit-making alone. 4. For some people, especially the ethnic Javanese, assume that women are by nature creatures were created to complement or male companion. 5. Assumptions about women who smoke, can not be separated from the stigmas of today's society. With the Indonesian culture that still adheres to the patriarchal system, women are still under-recognized cause or existence. 6. informants agree or accept the existence of the concept of women who appear in the ad.

Keyword : *Woman, cigarette, advertising, Reception Analysis*