

## BAB II

### MITOS-MITOS VAGINA DAN *PREFERRED READING* IKLAN PRODUK *FEMININE HYGIENE RESIK V*

Bab ini akan menguraikan bagaimana makna dominan yang ditampilkan oleh iklan-iklan produk *feminine hygiene* Resik V mengenai konstruksi vagina. Peneliti menelaah lebih lanjut mengenai *preferred reading* atau makna dominan yang tersembunyi dalam iklan-iklan tersebut karena mengingat bahwa teks dalam iklan-iklan secara tidak langsung berusaha untuk mengarahkan khalayak kepada wacana-wacana tertentu. Oleh karena itu, peneliti menggunakan analisis resepsi dimana peneliti harus mengungkap *preferred reading* atau makna dominan yang ada dalam iklan-iklan ini.

#### 2.1 Mitos Vagina dan Produk yang Mengeksplorasi

Prototipe vagina yang ideal (kencang, rapat, kering, cerah, dll) yang saat ini berkembang di tengah masyarakat merupakan mitos. Mitos adalah suatu keyakinan yang beredar luas menyangkut suatu hal yang belum tentu kebenarannya (Widyarini, 2009:76). Keyakinan mengenai konsep vagina ideal merupakan hasil dari konstruksi sosial. Masyarakat yang telah menciptakan mitos-mitos tersebut. Apabila dikembalikan pada standar idealnya, setiap orang memiliki standar subjektif yang berbeda-beda. Meskipun demikian, kenyataannya citra publik telah terbentuk dan menjadikan banyak perempuan menderita karena menggunakannya sebagai tolak ukur.

Mitos tentang tubuh wanita tidak hanya sebatas tentang postur tetapi juga

sampai pada vagina. Selain muncul mitos-mitos tentang postur tubuh dan kondisi wajah perempuan, telah berkembang juga mitos-mitos tentang vagina yang beredar di tengah masyarakat. Mitos-mitos vagina yang berkembang di tengah masyarakat yaitu seperti berikut ini:

1. Ukuran vagina yang kecil mempengaruhi kepuasan seksual

Dikutip dari laman [www.wolipop.detik.com](http://www.wolipop.detik.com) bahwa ukuran miss v atau vagina kerap disebut-sebut bisa berpengaruh pada kepuasan seksual. Meskipun tidak dibicarakan, beberapa wanita mengkhawatirkan ukuran vagina mereka. Mereka tidak tahu apakah memang benar ukuran vagina mempengaruhi kepuasan seksual, terutama setelah melahirkan (<https://wolipop.detik.com/read/2012/04/18/195158/1895805/227/ukuran-miss-v-pengaruhi-kepuasaan-bercinta-mitos-atau-fakta>, diunduh pada Senin, 11 Desember 2017, pukul 08.45 WIB). Beberapa wanita mengeluhkan soal kepuasan seks yang tidak sama lagi seperti sebelum melahirkan karena saat melahirkan bisa saja terjadi kerusakan pada otot disekitar vagina dan jaringan-jaringan pada dinding vagina.

2. Vagina sempit mampu memberikan sensasi kenikmatan seksual

Dalam sebuah artikel di laman [www.rakyatku.com](http://www.rakyatku.com), dikatakan bahwa ada sebuah anggapan yang dipercaya oleh banyak orang dimana wanita dengan tubuh mungil cenderung memiliki vagina yang sempit. Anggapan tersebut membuat banyak pria yang sengaja mencari calon istri dengan tubuh yang mungil karena ingin mendapatkan sensasi seksual yang jauh lebih menyenangkan akibat sempitnya vagina pasangannya (<http://health.rakyatku.com/read/52060/2017/06/09/tubuh-kecil-memiliki-vagina-lebih-sempit-mitos-atau-fakta>, diunduh pada Senin, 11 Desember 2017, pukul 09.01 WIB).

3. Keputihan dianggap sebagai gangguan dan kondisi kurang bersihnya vagina

Mitos tentang vagina bersih dan sehat adalah vagina yang terbebas dari keputihan ditemukan dalam artikel pada laman [www.idntimes.com](http://www.idntimes.com). Dikatakan bahwa vagina yang mengalami keputihan merupakan tanda terdapat suatu masalah pada sistem reproduksi. Mitos-mitos keputihan yang mengganggu ditandai dengan munculnya cairan berwarna aneh dan menimbulkan bau amis (<https://life.idntimes.com/women/stella/6-mitos-fakta-soal-keputihan-kamu-sudah-tahu-belum-1/full#>, diunduh pada Senin, 11 Desember 2017, pukul 09.22 WIB). Kondisi vagina yang demikian dianggap sebagai vagina yang kotor atau kurang terjaga kebersihannya.

#### 4. Vagina berbulu membuat hubungan seksual menjadi tidak nyaman

Dalam sebuah artikel pada laman [www.kabarseleb.id](http://www.kabarseleb.id) dikatakan bahwa mitosnya bulu vagina membuat hubungan seksual menjadi tidak nyaman. Bulu Vagina yang membuat hubungan seks menjadi tidak bergairan disebabkan oleh kondisi vagina yang memiliki bulu yang lebat (<https://www.kabarseleb.id/ini-dia-6-mitos-bulu-vagina/>, diunduh pada Senin 11 Desember 2017, pukul 09.54 WIB). Pernyataan tersebut faktanya hanyalah mitos yang masih dipercaya oleh masyarakat.

#### 5. Vagina yang rapat dan kencang menjadi dambaan bagi perempuan yang sudah menikah

Berdasarkan artikel dalam sebuah laman [www.tribunnews.com](http://www.tribunnews.com), beberapa perempuan merasa canggung bila mereka tidak menjaga kerapatan vaginanya. Banyak perempuan berpikir bahwa longgarnya vagina adalah hasil dari tindakan seks yang terlalu sering, padahal sesungguhnya ini hanya sebuah mitos (<http://banjarmasin.tribunnews.com/2017/09/01/5-cara-alami-untuk-mengencangkan-dan-merapatkan-vagina>, diunduh pada Senin, 11 Desember 2017, pukul 10.11 WIB).

#### 6. Vagina yang berwarna gelap tidak menarik

Mitos yang kerap kali muncul ditengah masyarakat adalah bahwa warna gelap pada area vagina membuat vagina menjadi terlihat tidak menarik. Warga gelap di sekitar daerah organ intim wanita kerap membuat minder, terutama saat sedang berhubungan intim dengan suami (<http://doktersehat.com/penyebab-dan-cara-mengatasi-warna-gelap-pada-daerah-kewanitaan/>, diunduh pada Senin, 11 Desember 2017, pukul 10.15 WIB).

#### 7. Vagina kering atau kesat lebih menarik untuk laki-laki

Menurut sebuah artikel dalam lama [www.vemale.com](http://www.vemale.com), di masyarakat kita ini telah beredar mitos tentang makanan yang harus dihindari yang konon katanya mampu membuat vagina menjadi basah/becek. Ada juga mitos beredar bahwa pria tidak suka dengan vagina yang becek dan lebih menyukai jika vagina pasangannya dalam kondisinya kering (<https://www.vemale.com/topik/cinta-dan-seks/43669-pria-lebih-suka-miss-v-kering.html>, diunduh pada Senin, 11 Desember 2017 WIB, pukul 10.38 WIB).

#### 8. Mitos bentuk-bentuk vagina yang disukai laki-laki

Menurut artikel pada laman [www.nova.grid.id](http://www.nova.grid.id), banyak orang yang tidak mengetahui bahwa vagina sesungguhnya memiliki berbagai bentuk, ukuran, dan warna sesuai kondisinya. Variasai bentuk vagina tersebut ternyata berpengaruh pada selera pria di atas ranjang (<http://nova.grid.id/Kesehatan/Wanita/Terungkap-5-Bentuk-Vagina-Yang-Disukai-Para-Pria#>, diunduh pada Senin, 11 Desember 2017, pukul 11.05 WIB). Bentuk-bentuk vagina yang disukai oleh laki-laki adalah seperti berikut:

- Bentuk vagina kepala tulang

Bentuk vagina ini biasanya dimiliki pada tubuh yang kurus atau mungil, kemungkinan vagina ini bertulang dan menyempit. Laki-laki menyukainya karena mungkin lebih ketat, sehingga membuat lebih terasa sensasional.

Selain itu, bentuk vagina seperti ini juga memberikan laki-laki rasa percaya diri yang besar karena tidak perlu khawatir mengenai ukuran penis mereka.

- Bentuk vagina bibir lemak

Vagina bibir lemak sangat lembut dan merupakan kesukaan laki-laki. Tampilannya sangat mudah untuk dicium dan lebih mudah untuk dilakukan proses penetrasi. Pada bentuk ini rambut tumbuh ke dalam dan juga sangat jarang tumbuh pada vagina bibir lemak.

- Bentuk vagina perawan

Vagina perawan ini memiliki dinding vagina yang sangat ketat. Vagina dengan bentuk seperti ini dipercaya dapat memberi rasa nyaman untuk membuat rangsangan besar dan seks.

- Bentuk vagina ahli

Vagina ahli adalah salah satu yang berpengalaman dan dalam keadaan siap, yang menarik pria. Tekstur yang benar dan penuh.

- Bentuk vagina cilukba

Vagina ini seperti mengintip dan bermain cilukba, karena klitoris keluar sehingga menggoda sempurna. Sentuhan pada klitoris dapat memberikan rangsangan. Mitosnya, laki-laki menyukai orgasme yang didapatkan karena ini.

Adanya mitos-mitos tentang vagina ideal membuat para perempuan yang merasa memiliki vagina ideal menjadi berbangga hati dan lebih percaya diri, sedangkan mereka yang kecewa karena tidak memiliki vagina ideal berusaha untuk mencapai standar-standar vagina ideal tersebut. Perempuan-perempuan yang tidak memenuhi standar ideal vagina cenderung akan merasa tidak percaya diri apalagi ketika akan berhubungan seks dengan pasangannya. Karena para perempuan kecewa terhadap dirinya yang tidak memenuhi standar ideal vagina, mereka akhirnya terprovokasi dengan nasihat-nasihat maupun iklan-iklan yang menyatakan bahwa vaginanya harus mencapai standar ideal agar suaminya bahagia.

Munculnya mitos-mitos vagina ideal menjadikan produk-produk *feminine hygiene* sangat populer dikalangan perempuan. Kepopuleran produk-produk *feminine hygiene* ini tercatat dalam website survei produk [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com). Sepanjang tahun 2012 hingga 2016, tercatat ada beberapa produk *feminine hygiene* dengan predikat merek TOP, seperti pada tabel berikut:

**Tabel 2.1**

**Merek Produk *Feminine Hygiene* yang memasuki posisi TOP Brand**

	Resik V	Sabun Sirih Sumber Ayu	Absolute	Betadine Feminine	Lactacyd	Purbasari	Albothyl Gel
2012	46,6 %	30,2%	10,2%	4,3%	2,3%	1,8%	1,1%
2013	54,0%	9,1%	12,4%	5,0%	5,9%		
2014	54,0%	10,3%	11,3%	3,5%		2,9%	
2015	60,0%	19,0%	9,8%	2,3%	2,4%		
2016	50,3%	21,3%	5,5%	2,9%	6,4%		

Sumber: <http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result>, diunduh pada 8

Februari 2017 pukul 12.37 WIB.

Berdasarkan survei [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), produk *feminine hygiene* Resik V dari tahun 2012 hingga 2016 menduduki posisi TOP dalam kategori produk *feminine hygiene* sehingga itu menunjukkan bahwa produk tersebut laris dipakai oleh kaum perempuan. Produk tersebut berhasil mendapatkan perhatian dari kaum perempuan untuk memakainya selama lima tahun. Karena produk ini paling populer dari produk-produk lainnya, maka peneliti memilih iklan-iklan produk *feminine hygiene* Resik V untuk ditelaah.

Resik V merupakan produk *feminine hygiene* atau cairan pembersih kewanitaan yang diproduksi oleh PT. Kino Indonesia Tbk. Produk ini menawarkan khasiat membersihkan, mengencangkan, mengharumkan, merapatkan, dan mengatasi keputihan pada vagina wanita. Sejauh ini produk *feminine hygiene* Resik V memiliki 8 varian, yaitu Resik V Ekstra, Resik V Sabun Cair Sirih, Resik V Spa, Resik Godokan Sirih, Resik V Sabun Keset Wangi, Resik V Manjakani, Resik V Manjakani Whitening, dan Resik V Madura Whitening.

Produk *feminine hygiene* Resik V menawarkan produknya melalui iklan televisi. Iklan yang pernah tayang ditelvisi sebanyak 12 iklan, diantaranya iklan Resik V Ekstra versi Julia Perez, iklan Resik V Spa versi berhijab, iklan Resik V Sabun Keset Wangi versi Dian Pelangi, iklan Resik V Godokan Sirih versi Shireen dan Zaskia Sungkar, iklan Resik V Manjakani Whitening versi Dude Herlino dan Alyssa Soebandono, iklan Resik V Manjakani versi Alex Andre dan Pipit, iklan Resik V Manjakani versi ibu-ibu arisan, iklan Resik V Manjakani Whitening versi Inneke Koesharawati, iklan Resik V Madura Whitening versi Zaskia Sungkar, iklan Resik V Madura Whitening versi Marini Zumarnis, iklan Resik Manjakani versi Inneke Koesharawati di minimarket, dan iklan Resik V Manjakani versi Inneke Koesharawati dan suami. Iklan-iklan tersebut sudah ditayangkan di berbagai stasiun televisi nasional Indonesia seperti RCTI, Indosiar Trans TV, Global TV, MNC, dan lain-lain. Resik V adalah produk *feminine hygiene* yang paling populer dikalangan masyarakat berdasarkan data Top Brand Award.

Resik V Manjakani merupakan varian yang baru dan paling populer diantara varian produk Resik V lainnya. Produk ini secara spesifik menawarkan keharmonisan rumah tangga kepada wanita yang menggunakan produk tersebut. Tak heran, iklan-iklan produk *feminine hygiene* Resik V sering mengangkat kisah keharmonisan rumah tangga melalui mitos-mitos vagina yang terkonstruksi dalam iklan tersebut. Dalam iklan tersebut terlihat sangat jelas bahwa mitos-mitos vagina yang terkonstruksi dalam iklan terpengaruhi oleh laki-laki, dimana tampak dalam beberapa iklan produk *feminine hygiene* terdapat model laki-laki yang sesungguhnya tidak ada kaitannya dengan produk khusus wanita tersebut.

## **2.2 Analisis Tekstual Iklan Produk *Feminine Hygiene* Resik V**

Untuk melihat makna dominan dalam iklan-iklan Resik V ini, peneliti menggunakan analisis semiotika strukturalis yang dikenalkan oleh Roland Barthes, dimana penelitian ini hanya difokuskan pada analisis berdasarkan makna denotatif dan konotatif saja. Makna denotatif itu terdiri dari hal-hal yang ditunjuk oleh kata-kata atau makna referensial. Piliang (1998:14) mengartikan makna denotatif hubungan eksplisit antara tanda dengan referensi atau realitas dalam pertandaan tahap denotatif (Tinarbuko, 2009:19-20). Kemudian, makna konotatif adalah semua signifikansi sugestif dari simbol yang memiliki arti lebih daripada arti referensialnya. Artinya, makna konotatif itu meliputi aspek makna yang berkaitan dengan perasaan dan emosi serta segala nilai-nilai budaya dan ideologi.

Menurut Williamson, teori semiotika iklan menganut prinsip peminjaman tanda sekaligus peminjaman kode sosial (Tinarbuko, 2006:20). Pada analisis semiotika strukturalis mengungkap bahwa segala perbuatan manusia itu mengisyaratkan sistem yang diterima dari pelbagai hubungan pada semua praktik sosial. Segala hal itu ditafsirkan sebagai sebuah sistem tanda yang beroperasi atas model bahasa. Semiotika struktural mengacu pada prinsip *form follows function* yang mengikuti model semiotik penanda atau fungsi. Model ini mengacu pada



*signifier* (penanda, bentuk) dan *signified* (petanda, makna). Antara *signifier* dan *signified* ini memiliki hubungan satu sama lain. Untuk mengungkap petanda atau makna-makna yang tersirat dalam iklan, peneliti menganalisisnya melalui unsur-unsur iklan. Unsur-unsur iklan dapat memberikan penanda sehingga dapat dilihat makna denotatif dan konotatifnya.

Menurut Roland Barthes (Halim, 2017:69-70), berikut ini adalah tahap-tahap pembacaan konotasi:

1. Efek tiruan: pembacaan atas rekayasa yang menggabungkan dua foto terpisah sebagai upaya mengintervensi denotasi tanpa tedeng aling-aling.
2. Pose atau sikap: pembacaan atas sikap badan atau pose subjek sebagai petanda.
3. Objek: pembacaan atas objek-objek dalam gambar yang merujuk pada jejaring ide tertentu atau simbol-simbol berkesan dalam pada masyarakat.
4. Fotogenia: pembacaan atas aspek-aspek teknis dalam produksi foto, seperti pencahayaan dan hasil.
5. Estetisme: pembacaan atas perubahan pengemasan gambar untuk tujuan estetis tertentu hingga nilai spritualnya bersifat ekstasi.
6. Sintaksis: pembacaan atas rangkaian foto-foto sebagai sebuah kesatuan.

Tahap-tahap tersebut adalah untuk membongkar pemaknaan yang terkandung dalam gambar atau dari segi visual. Masing-masing unsur tersebut dapat mengurai sebuah pemaknaan. Namun pada praktiknya, tidak semua unsur-unsur tersebut digunakan untuk mengungkap makna sebuah teks. Unsur-unsur yang dipilih dapat digunakan berdasarkan kebutuhan penelitian. Untuk itu peneliti memilih unsur-unsur pembacaan konotasi visual sesuai dengan kebutuhan

penelitian yaitu untuk mengungkap makna-makna yang berkaitan dengan konstruksi vagina.

Unsur-unsur yang dipilih yaitu sebagai berikut:

1. Efek tiruan: unsur ini dapat dilihat dari gambar secara grafis yang ada dalam iklan.
2. Pose/sikap: unsur ini dapat dilihat pada setiap adegan yang di dalamnya terdapat elemen-elemen iklan yaitu ekspresi, karakter dan visualisasi model.
3. Objek: unsur ini dapat dilihat dalam aspek lingkungan dan latarbelakang yang masuk dalam elemen-elemen iklan.
4. Fotogenia: unsur ini dapat dilihat dari teknik visualisasi dalam elemen-elemen iklan.
5. Sintaksis: unsur ini dapat dilihat dari salah satu elemen-elemen iklan yaitu pada alur cerita.

Kemudian untuk membaca konotasi iklan dari segi suara dapat dilihat dari elemen dialog, gaya bicara, dan musik. Elemen audio ini dapat mendukung pembacaan konotasi dari bentuk gambar. Untuk memudahkan membaca makna pada tingkat konotasi, perlu diketahui bahwa konotasi merupakan tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang mana di dalamnya terdapat makna yang tidak eksplisit, tidak secara langsung, dan tidak pasti. Artinya, makna-makna tersebut terbuka terhadap berbagai kemungkinan. Makna-makna tingkat kedua yang terbentuk ketika penanda dikaitkan dengan berbagai aspek, seperti aspek psikologis, perasaan, emosi, dan keyakinan.

Untuk melihat makna-makna dominan dalam iklan-iklan Resik V, peneliti memilih empat iklan dengan alasan bahwa iklan-iklan tersebut memiliki keterkaitan dengan kebutuhan penelitian yaitu untuk melihat konstruksi vagina yang terbentuk.

Tabel 2.2

## Iklan-iklan Terpilih Mengenai Konstruksi Vagina

Kategori	Tema	Iklan
Fungsi	Konsep Ideal Vagina Rapat	Iklan Resik V Khasiat Ramuan Madura versi Marini Zumarnis
	Konsep Ideal Vagina Kencang	Iklan Resik V Manjakani
Penampilan	Konsep Ideal Vagina Putih	Iklan Resik V Manjakani Whitening
	Konsep Ideal Vagina Bersih	Iklan Resik V Khasiat Madura Whitening

Setelah memilih empat iklan yang benar-benar memiliki relasi dengan penelitian, keempat iklan tersebut digolongkan berdasarkan tema-tema yang ingin ditinjau pemaknaannya dari para khalayak. Tema-tema tersebut diantaranya: Pertama, konsep ideal vagina putih. Kedua, konsep ideal vagina bersih. Tema pertama dan kedua ini dipilih karena diharapkan mampu menjelaskan bagaimana wujud atau penampilan dari konstruksi vagina yang bisa dikatakan ideal. Ketiga, konsep ideal vagina rapat. Keempat, konsep ideal vagina kencang. Tema ketiga dan keempat ini dipilih dengan harapan bahwa tema-tema tersebut mampu menjelaskan tentang bagaimana konstruksi fungsi vagina yang juga dapat dikatakan memenuhi standar idealnya. *Preferred reading* terhadap keempat berita tersebut akan dilihat sesuai dengan tema-tema yang sudah ditentukan sebelumnya oleh peneliti.

## 2.2.1 Konsep ideal vagina rapat iklan produk *Feminine Hygiene* Resik V Ramuan Madura versi Marini Zumarnis

Iklan produk *feminine hygiene* Resik V Ramuan Madura dibintangi oleh artis Marini Zumarnis. Iklan yang berdurasi 30 detik ini menceritakan khasiat ramuan Madura yang sudah dipercaya sejak dulu untuk merapatkan daerah kewanitaan. Model yang diperankan oleh Marini Zumarnis mempercayai khasiat ramuan Madura yang ia temukan dalam produk *feminine hygiene* Resik V Ramuan Madura. Khasiat ramuan Madura yang terkandung dalam produk *feminine hygiene* Resik V dapat merapatkan kewanitaan sehingga dapat merapatkan kemesraan bersama suaminya. Iklan tersebut diakhiri dengan tagline, “Resik V bikin suami rapet terus”.

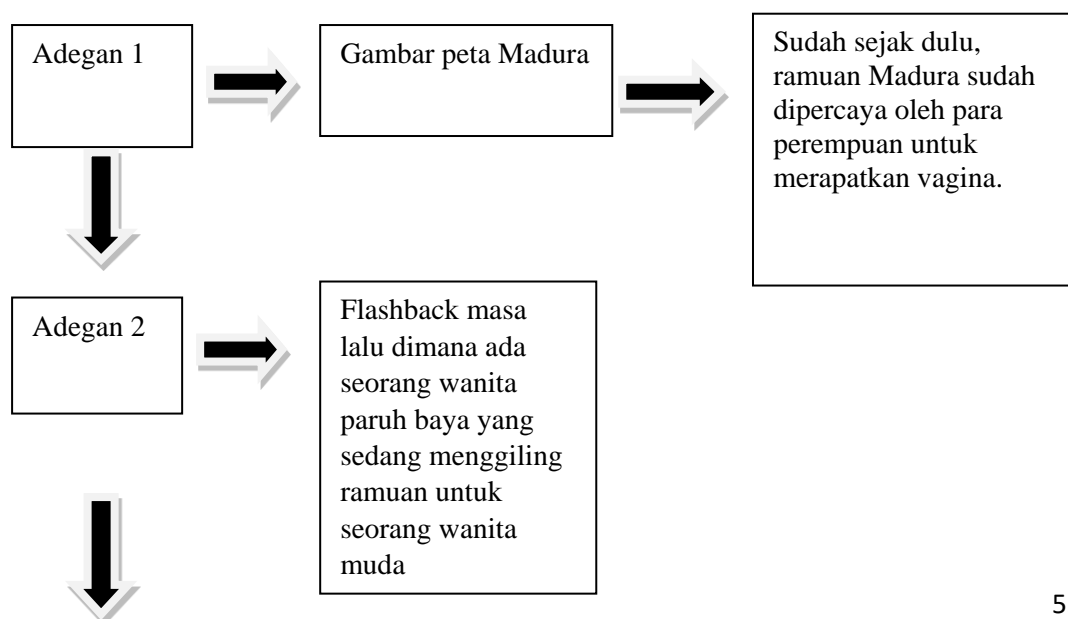
### 2.2.1.1 Makna Denotatif dan Konotatif Iklan Resik V Ramuan Madura

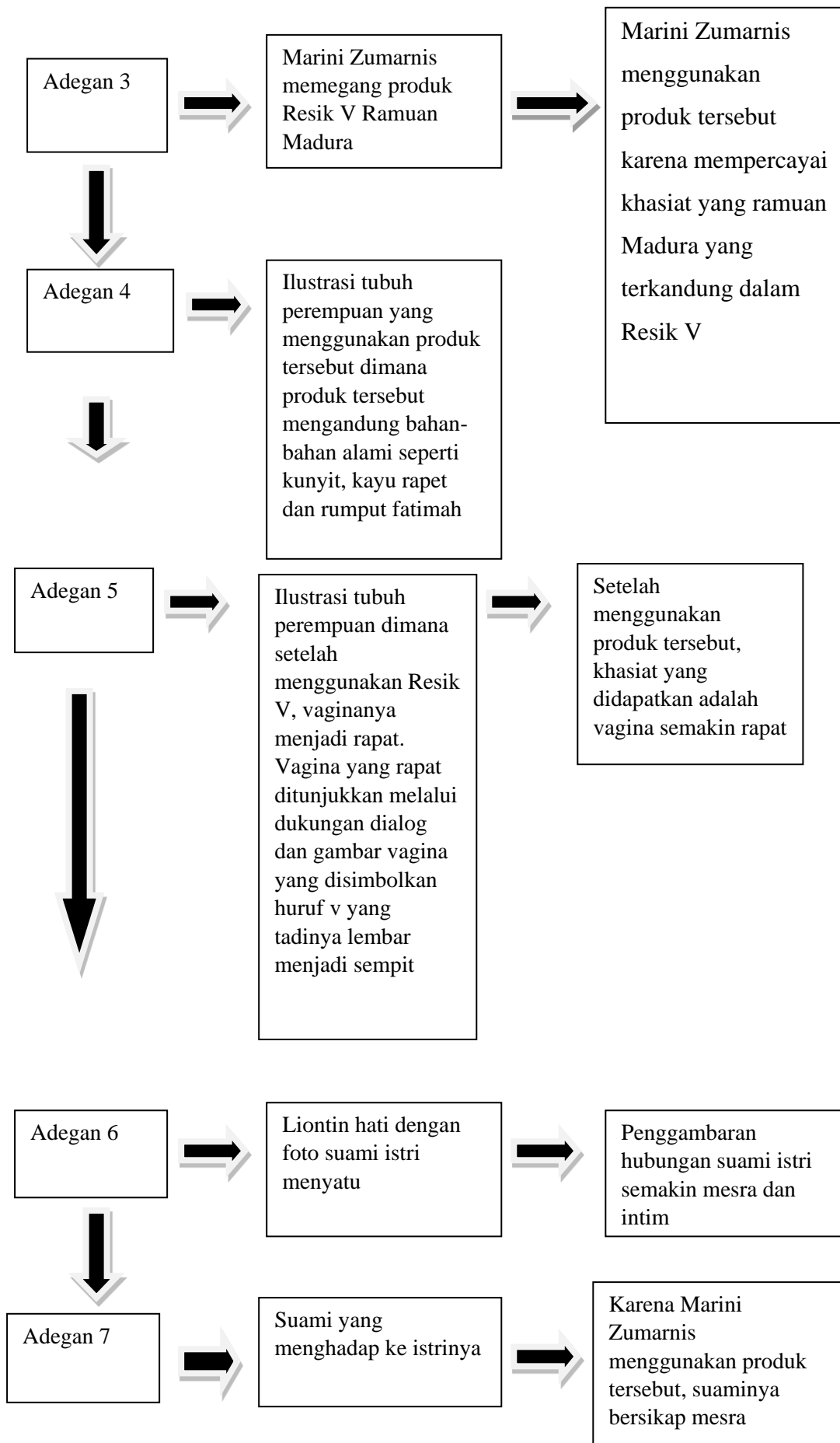
Iklan produk *feminine hygiene* Resik V Ramuan Madura memunculkan makna denotatif dan konotatif berdasarkan unsur-unsur iklan seperti berikut:

- **Sintaksis/Plot/Alur Cerita:**

#### Skema 2.1

#### Skema Adegan dan Alur Cerita Iklan Resik V Ramuan Madura





Adegan dalam iklan tersebut dimulai dengan penggambaran peta Madura dan aktivitas yang dilakukan oleh para perempuan jaman dulu. Terlihat seorang perempuan yang mengenakan kemben sedang menggiling ramuan-ramuan dan seorang wanita yang mengenakan kebaya sedang menunggu perempuan berkemben meracik ramuan tradisional. Adegan tersebut menceritakan kisah dimasa lampau dimana para perempuan mempercayai ramuan Madura terbukti ampuh merapatkan daerah kewanitaan.

Kemudian adegan beralih pada tokoh utama yaitu Marini Zumarnis yang memegang produk Resik V Khasiat Ramuan Madura. Marini Zumarnis mempercayai khasiat ramuan Madura yang juga terkandung dalam produk Resik V. Ia mempercayai produk tersebut dapat merapatkan kemesraan bersama suaminya. Hal itu digambarkan dengan kedua liontin berbentuk hati yang terdapat foto Marini bersama suaminya yang menempel satu sama lain. Adegan terakhir dalam iklan tersebut digambarkan dengan laki-laki yang menghadap ke Marini. Adegan tersebut menggambarkan kemesraan suami yang selalu ingin bersama istrinya.

Dalam iklan ini digolongkan menjadi tujuh adegan (*scene*) dimana setiap adegannya akan ditelaah berdasarkan tahap-tahap pembacaan konotasi gambar dan suara melalui unsur-unsur iklan seperti berikut:

## **Gambar 2.1**

### ***Scene 1***



1.

**Denotatif :**

- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** dalam adegan pertama tidak terdapat objek manusia. Objek yang muncul pada adegan ini hanya sepiring ramuan-ramuan yang terdiri dari sirih, kunyit, rumput fatima, serta bahan-bahan lainnya. Ramuan tersebut dilatarbelakangi dengan gambar peta sebuah pulau yang bertuliskan Madura.
- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** dalam adegan pertama ini menggunakan teknik pengambilan gambar *Extreme Long Shot* yang merupakan teknik pengambilan gambar dengan memasukkan subyek secara utuh bahkan lebih jauh dari itu, artinya merekam subyek dan interaksinya dengan atmosfer di sekitarnya (Hasfi dan Widagdo, 2013:64). Dalam *scene* 1, menampilkan seluruh subyek secara utuh, dimana terdapat sepiring ramuan di atas peta pulau Madura. Selain itu, visualisasi pada adegan pertama ini didominasi oleh warna kecoklatan dengan pencahayaan yang agak redup.

- **Unsur suara dialog:** dalam adegan ini terdapat suara dari dialog yang berbunyi “Sejak dulu, ramuan Madura”
  - **Unsur suara *backsound*:** Diiringi oleh alunan musik yang lembut
2. **Konotatif :** dalam adegan pertama ini dapat dilihat makna yang tersirat melalui gabungan lima unsur-unsur iklan. Pada unsur objek lingkungan dan latar belakang dimana memunculkan objek sepiring ramuan-ramuan yang terdiri dari sirih, kunyit, rumput fatima dan bahan-bahan lainnya menunjukkan sebuah ketradisionalan atau sesuatu yang alami dari alam. Latar belakang objek tersebut berada pada sebuah gambar peta bertuliskan Madura menunjukkan bahwa ramuan-ramuan tradisional tersebut berasal dari Madura. Dengan teknik pengambilan gambar extreme long shot memberikan gambaran secara keseluruhan bahwa ramuan tradisional tersebut berasal dari Madura. Visualisasi yang didominasi dengan warna coklat dan teknik pencahayaan yang redup memberikan tanda bahwa itu terjadi pada masa lampau. Kemudian, adanya unsur suara dialog yang berbunyi “sejak dulu, ramuan Madura” semakin memperkuat makna yang tersirat bahwa ramuan tradisional Madura yang terdiri dari bahan-bahan alami sudah ada sejak dulu kala di pulau Madura.

## **Gambar 2.2**

### *Scene 2*





1. **Denotatif :**

▪ **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Dua orang wanita yang saling berhadapan. Wanita pertama memakai pakaian kebaya Jawa sedang duduk dengan posisi tangan berada dipangkuannya. Wanita kedua berpakaian kemben sedang memegang batu penumbuk dimana ia sedang menumbuk atau menggilas sesuatu. Kedua wanita tersebut duduk dengan cara bersimpuh yaitu kedua kaki yang dirapatkan sehingga antara kedua kaki tidak memiliki jarak satu sama lain.
- b. **Ekspresi:** kedua wanita tersebut terlihat tersenyum satu sama lain.
- c. **Karakter:** Kedua wanita tersebut berkarakter sebagai tokoh pendukung
- d. **Visualisasi Model:** Wanita pertama memakai kebaya Jawa dengan rambut disanggul lengkap dengan aksesoris seperti giwang. Kemudian wanita kedua menggunakan kemben dengan tata rambut hanya dicepol.

- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi di sebuah dapur karena pada lingkungan tersebut terdapat perkakas-perkakas yang biasa ada di dapur seperti alat penumbuk, ramuan-ramuan, kendi, tempayan, dan lain-lain.

- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** pada adegan tersebut menggunakan *Big close up* atau *extreme close up* merupakan ukuran *shot* dengan bingkai lebih memusat/detil pada salah satu bagian dari subyek (Hasfi dan Widagdo, 2013:61). Dalam *scene* ini, menampilkan *shot* yang memusat pada ramuan Madura dan tangan seorang perempuan yang sedang menggiling ramuan tersebut. Kemudian, *shot* yang berfokus pada wajah perempuan yang tersenyum saat menunggu ramuan Madura digiling. Kemudian teknik selanjutnya adalah teknik pengambilan gambar dengan cara *extreme long shot* dalam *scene 2* menampilkan suasana secara keseluruhan pada *scene* tersebut, dimana pada *scene* tersebut menunjukkan suasana di jaman kuno. Selain itu, visualisasi pada adegan kedua ini didominasi oleh warna abu-abu dengan teknik pencahayaan yang redup.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “terkenal ampuh merapatkan daerah kewanitaan”
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan
2. **Konotatif :** makna-makna yang tersirat dari keenam unsur-unsur pembacaan konotasi yaitu dimulai pada adegan dimana dua orang wanita yang duduk saling berhadapan menunjukkan aktivitas dimasa lalu yaitu tradisi membuat ramuan tradisional khas Madura untuk merawat area kewanitaan. Wanita pertama yang menggunakan kebaya lengkap dengan aksesorisnya menunjukkan kelas sosial atas atau menunjukkan peran sebagai nyonya di rumah tersebut. Wanita kedua yang mengenakan kemben dengan tata rambut yang hanya dicepol menunjukkan kelas sosial bawah yang berperan sebagai pembantu. Dari dukungan unsur suara menunjukkan bahwa ramuan tradisional Madura dipercaya mampu merapatkan vagina. Kata ‘rapat’ dalam kalimat “terkenal ampuh

merapatkan daerah kewanitaan” menunjukkan standar ideal vagina yang ingin dicapai oleh wanita sejak zaman duu adalah rapat. Dalam unsur pose dimana kedua wanita tersebut duduk dengan cara merapatkan kedua kakinya sehingga diantara kedua kaki tidak ada jaraknya memberikan petunjuk bahwa standar ideal vagina rapat yang ingin dicapai oleh para wanita adalah vagina yang tidak memiliki jarak yang luas atau lebar.

**Gambar 2.3**

*Scene 3*



1. **Denotatif :**

▪ **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** seorang wanita yang tersenyum dan memegang sebuah botol.
- b. **Ekspresi:** tersenyum
- c. **Karakter:** wanita tersebut berperan sebagai tokoh utama
- d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna krem atau pastel kecoklatan.

- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi pada tempat yang tidak jelas karena hanya dilatarbelakangi dengan warna coklat polos dan beberapa sorotan lampu. Properti tambahan yang terlihat adalah sebuah botol berwarna merah.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *big close up* yang berfokus pada wajah Marini Zumarnis yang sedang tersenyum. Teknik pencahayaan yang digunakan cukup terang.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “karenanya saya percaya, Resik V Khasiat Ramuan Madura”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dalam *scene* ini dengan lingkungan dan latarbelakang yang berbeda sebelumnya menunjukkan pergantian setting waktu dari masa lampau menuju masa kini yang diperkuat dengan visualisasi warna yang tidak monoton atau berwarna. Dengan teknik pengambilan gambar *big close up* menunjukkan fokus pada kebahagiaan Marini Zumarnis yang sedang memegang sebuah botol berwarna merah yang merupakan produk *feminine hygiene* Resik V Khasiat Ramuan Madura. Tokoh Marini Zumarnis yang berperan sebagai tokoh utama memberikan tanda bahwa produk ini diperuntukkan untuk wanita berusia matang yang sudah lama menikah karena memang citra pada dunia nyata, ia adalah seorang wanita yang sudah lama menikah. Dengan tata rias natural dan pakaian muslim menunjukkan kesalehan dan keanggunan secara alami dari tokoh Marini Zumarnis. Dalam dialognya sebagai wanita yang telah lama menikah,

Marini sangat mempercayai khasiat ramuan Madura yang terkandung dalam produk *feminine hygiene* Resik V Khasiat Ramuan Madura.

**Gambar 2.4**

**Scene 4**



1. **Denotatif:**

- **Unsur pose/sikap:** ilustrasi tubuh perempuan yang dikelilingi oleh bahan-bahan alami seperti sirih, kunyit, kayu rapet, dan rumput fatima. Posisi kaki pada ilustrasi tubuh perempuan tersebut disilangkan.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi pada tempat yang tidak jelas karena hanya dilatarbelakangi dengan warna coklat polos dan beberapa sorotan lampu.
- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *extreme long shot*.
- **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “pembersih kewanitaan yang halal, dengan ekstra kayu rapet dan rumput fatima”.

- **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dalam *scene* keempat ini lebih menunjukkan bahwa bahan-bahan yang terkandung dalam produk feminine hygiene Resik V Khasiat Ramuan Madura sangat alami sehingga halal untuk digunakan terutama untuk wanita muslim. Posisi kedua kaki yang disilangkan pada ilustrasi tubuh perempuan memberikan tanda dari vagina rapat. Rapat diartikan sebagai kondisi vagina yang sangat tertutup dan tidak memiliki celah.

### Gambar 2.5

#### Alur Cerita Scene 5



#### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap:** ilustrasi tubuh perempuan yang berfokus pada bagian tengah dengan simbol huruf V.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi pada tempat yang tidak jelas karena hanya dilatarbelakangi dengan warna coklat polos dan beberapa sorotan lampu.

- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *close up*.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “merapatkan daerah kewanitaannya”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** Dalam adegan tersebut mengisyaratkan bahwa setelah memakai produk tersebut, perempuan dapat merasakan khasiatnya yaitu vagina menjadi rapat. Pemakaian vagina rapat menurut iklan ini adalah vagina yang tadinya lebar menjadi sempit setelah memakai produk ini. Hal tersebut dapat dilihat dari simbol “V” yang terdapat dalam tubuh perempuan dari V besar menjadi “v” kecil. Atau juga bisa diartikan sebagai vagina yang memiliki lubang yang kecil.

**Gambar 2.6**

**Scene 6**



1. **Denotatif : Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** dua liontin yang terdapat foto Marini Zumarnis dan suaminya. Dua liontin tersebut tadinya terpisah antara satu sama lain kemudian menyatu dan menempel.
  - b. **Ekspresi:** kedua tokoh tersenyum
  - c. **Karakter:** wanita tersebut berperan sebagai tokoh utama dan tokoh laki-laki sebaga tokoh pendukung
  - d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna abu-abu. Tokoh laki-laki mengenakan kemeja kotak-kotak berwarna abu-abu
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi pada tempat yang tidak jelas karena hanya dilatarbelakangi dengan warna coklat polos dan beberapa sorotan lampu. Kemudian ada siluet sepasang pria dan wanita yang saling berhadapan dan bergandengan tangan.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *extreme long shot*. Teknik pencahayaan yang digunakan cukup terang.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “rapatkan kemesraan”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dari beberapa unsur pembacaan konotasi di atas terlihat bahwa dalam adegan dua liontin yang menempel satu sama lain memberikan makna bahwa vagina rapat digambarkan sebagai vagina yang menyatu. Seperti yang diketahui liontin yang



berbentuk hati mewakili dari gambaran sebuah vagina perempuan. Kondisi rapat pada vagina adalah ketika kedua sisi saling menyatu sehingga menjadi tertutup. Ketika kedua liontin terpisah satu sama lain menunjukkan kondisi vagina yang tidak rapat yaitu vagina kedua sisinya terpisah sehingga membuka lubang vagina. Wanita yang memiliki ciri-ciri vagina seperti itu dikatakan mampu membuat hubungan rumah tangga menjadi semakin mesra dan bahagia. Alunan backsound yang lembut memperkuat suasana rumah tangga yang terlihat harmonis karena dampak dari memiliki vagina yang rapat.

### Gambar 2.7

#### Alur Cerita Scene 7



#### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Sepasang pria dan wanita yang saling berhadapan dimana posisi pria membelakangi kamera dan posisi wanita menghadap kamera
- b. **Ekspresi:** tersenyum

- c. **Karakter:** wanita tersebut berperan sebagai tokoh utama dan pria berperan sebagai tokoh pendukung
- d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna krem atau pastel kecoklatan. Seorang pria yang mengenakan kemeja warna coklat.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi pada tempat yang tidak jelas karena hanya dilatarbelakangi dengan warna coklat polos dan beberapa sorotan lampu.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *close up*. Teknik pencahayaan yang digunakan cukup terang.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Resik V, bikin suami rapet terus”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dalam adegan sepasang suami istri yang berhadapan satu sama lain menunjukkan keintiman dalam sebuah hubungan rumah tangga. Keintiman hubungan rumah tangga ini disebabkan oleh produk *feminine hygiene* Resik V Khasiat Ramuan Madura yang bisa merapatkan vagina. Kalimat yang berbunyi “Resik V, bikin suami rapet terus” merupakan tagline dari iklan ini. Tagline tersebut memberikan makna bahwa produk itu bisa membuat vagina perempuan yang sudah lama menikah menjadi rapat kembali. Vagina yang rapat sangat disukai laki-laki, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku kasih sayang laki-laki terhadap perempuan. Perempuan sangat

menyenangi kasih sayang sehingga melakukan upaya perawatan vagina untuk mendapatkan kasih sayang dan perhatian laki-laki.

### **2.2.1.2 Preferred Reading dalam konsep ideal vagina rapat iklan Resik V Ramuan Madura**

- Vagina rapat adalah vagina yang ukurannya lubangnya kecil, sempit dan bisa menempel kembali

*Preferred reading* ini ditemukan dalam *scene* kedua yaitu dimana terjadi adegan kedua wanita yang duduk bersimpuh dimana posisi kedua kaki yang menghimpit satu sama lain sehingga tidak menimbulkan jarak diantara kedua kaki. Pada unsur suara dalam dialog menunjukkan bahwa ramuan tradisional Madura dipercaya mampu merapatkan vagina. Kata ‘rapat’ dalam kalimat “terkenal ampuh merapatkan daerah kewanitaan” menunjukkan standar ideal vagina yang ingin dicapai oleh wanita sejak zaman dulu adalah rapat. Cara duduk dua wanita yang menghimpit kedua kakinya memberikan tanda dari penggambaran vagina rapat. Dari tanda tersebut dapat disimpulkan bahwa vagina rapat adalah vagina yang tidak memiliki jarak yang lebar.

Seperti yang kita ketahui, bentuk vagina itu seperti segitiga terbalik dimana pada titik tengahnya memiliki lubang sehingga dapat dibagi menjadi dua sisi yaitu sisi kanan dan sisi kiri. Kondisi vagina rapat diwakilkan dari cara wanita yang kedua kaki menghimpit satu sama lain. Vagina rapat adalah vagina yang kedua sisinya saling berhimpitan satu sama lain sehingga tidak menimbulkan jarak yang lebar antara kedua sisinya.

Pada *scene* keempat, pada unsur pose/sikap adegan ilustrasi tubuh perempuan dengan posisi kedua kaki yang bersilang. Posisi kedua kaki yang bersilang ini dapat memberikan tanda mengenai penggambaran vagina rapat yaitu vagina yang tertutup dan tidak memiliki celah.

Posisi kedua kaki yang bersilangan ini membuat tidak ada celah sama sekali untuk masuk ke antara dua kaki karena sangat tertutup.

Seperti yang sudah dijelaskan di awal bahwa vagina perempuan itu berbentuk segitiga terbalik dimana titik tengahnya berada di bawah dan mempunyai lubang sehingga bila terbuka bisa membagi vagina menjadi dua sisi. Vagina yang rapat adalah vagina yang masih tertutup sehingga tidak ada celah. Kondisi vagina yang seperti demikian membuat proses penetrasi menjadi butuh usaha yang lebih untuk laki-laki. Tetapi kondisi seperti itulah yang disukai oleh laki-laki.

Pada *scene* kelima dimana terdapat ilustrasi tubuh perempuan yang berfokus pada vagina. Vagina dalam ilustrasi tubuh tersebut wakili oleh huruf V. Huruf V yang tadinya besar berubah menjadi kecil. Ilustrasi tersebut menunjukkan kondisi vagina perempuan yang sudah lama menikah karena sudah pernah melahirkan menjadi berukuran besar. Hal itu dapat dikatakan sebagai kondisi vagina yang sudah tidak rapat lagi. Perubahan bentuk huruf v yang kecil memberikan penggambaran bahwa vagina rapat memiliki ukuran yang kecil seperti ketika masih perawan atau belum pernah melahirkan. Ukuran disini bisa dikatakan sebagai ukuran lubang vagina karena yang bisa berubah ukurannya hanyalah bagian lubang vagina.

Pada *scene* ketujuh yaitu pada adegan sepasang liontin berbentuk hati yang terpisah kemudian menempel atau melekat. Dalam *scene* ini menunjukkan bahwa vagina rapat bisa dikatakan sebagai vagina yang bisa menutup atau melekat kembali sekalipun sudah dibuka atau terjadi proses penetrasi.

### **2.2.2 Konsep ideal vagina kencang dalam iklan produk *Feminine Hygiene* Resik V Manjakani**

Iklan produk *feminine hygiene* Resik V Manjakani dibintangi oleh Inneke Koesharawati dengan durasi 30 detik. Iklan tersebut menawarkan keharmonisan rumah tangga yang tetap awet meskipun usia pernikahan sudah lama melalui kekencangan organ kewanitaan. Hubungan suami istri tetap mesra karena menggunakan Resik V Manjakani setiap hari.

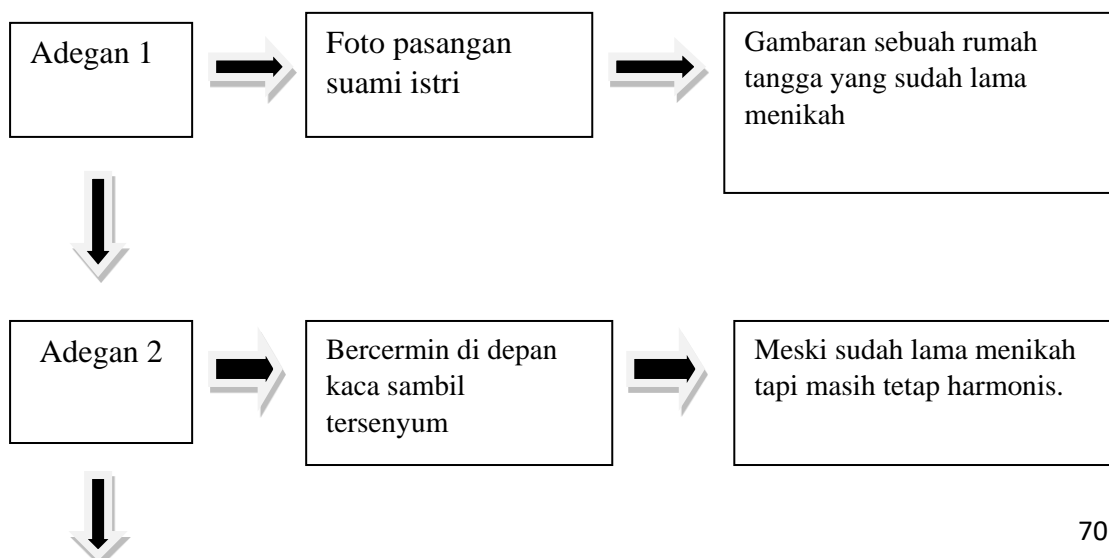
### 2.2.2.1 Makna Denotatif dan Konotatif Iklan Resik V Manjakani

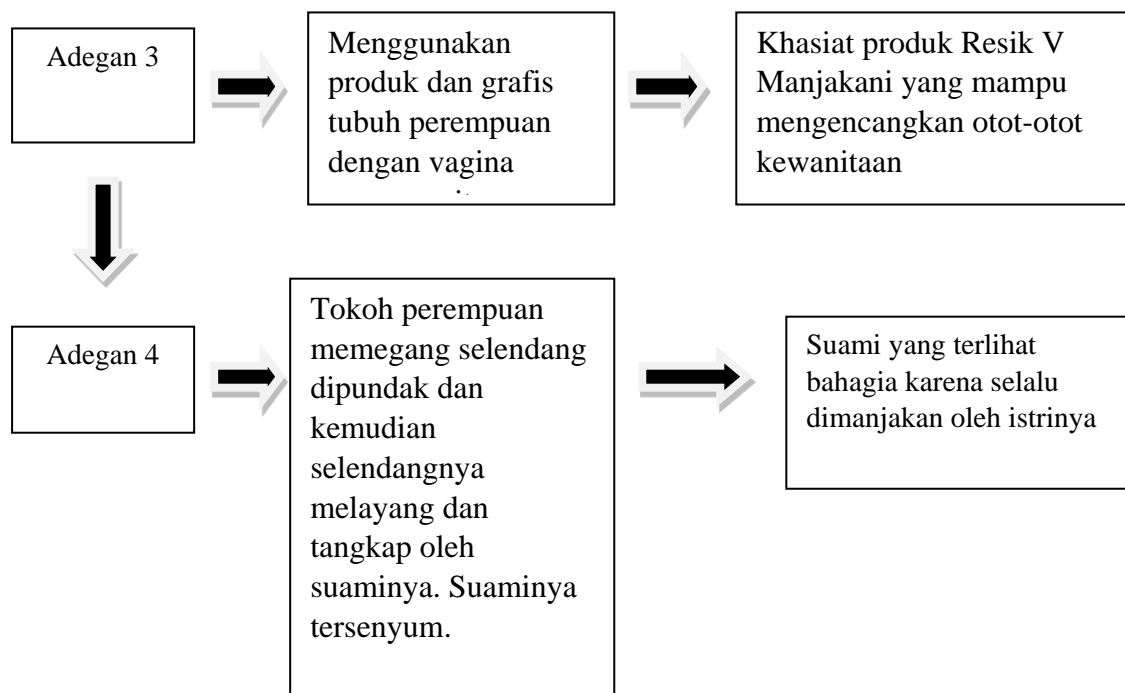
Iklan produk *feminine hygiene* Resik V Manjakani memunculkan makna denotatif dan konotatif berdasarkan unsur-unsur iklan seperti berikut:

- **Unsur sintaksis/plot/alur**

#### skema 2.2

#### Skema Adegan dan Alur Cerita Iklan Resik V Manjakani Versi Inneke Koesharawati





Adegan dan alur cerita iklan Resik V Manjakani berawal mula dari kondisi rumah tangga seorang perempuan yaitu Inneke Koesherawati yang sudah lama menikah. Hal tersebut digambarkan dalam sebuah foto dimana ia dan suaminya terlihat sangat bahagia. Kemudian Inneke bercermin di depan kaca sambil tersenyum. Ia bercerita bahwa meskipun ia sudah lama menikah, rumah tangganya selalu harmonis. Lalu, Inneke memegang sebuah produk *feminine hygiene* yaitu Resik Manjakani yang menjadi rahasianya dalam menjaga kemesraannya bersama suami. Produk tersebut bersertifikat halal dan mengandung bahan-bahan alami seperti biji manjakani dari Persia yang mampu membantu mengencangkan otot-otot vagina. Dengan menggunakan produk-produk tersebut, Inneke dapat memanjakan tubuhnya sendiri sekaligus dapat memanjakan suaminya. Setelah itu Inneke memegang sebuah selendang dipundaknya dan selendang tersebut terbang dan ditangkap oleh suaminya. Suaminya mencium selendang tersebut sambil tersenyum dimana itu menggambarkan kebahagiaan dan keharmonisan rumah tangga mereka.

## Gambar 2.8

### Scene 1



#### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Sebuah foto sepasang suami istri

- b. **Ekspresi:** tersenyum

- c. **Karakter:** Inneke Koeshrawati sebagai tokoh utama dan suaminya sebagai tokoh pendukung

- d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna hijau dengan tata rias natural. Seorang pria yang mengenakan kemeja warna coklat.

- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah rumah karena bingkai foto biasanya hanya ada di rumah.

- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *big close up*.

- **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Alhamdulillah, meski sudah lama menikah”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dari unsur-unsur pembacaan konotasi di atas menunjukkan pada suatu keadaan rumah tangga yang mencapai usia matang. Tokoh Inneke Koeshrawati sebagai aktris senior merepresentasikan sebagai seorang wanita muslim yang telah lama menikah dan terlihat sangat bahagia bersama suaminya.

### Gambar 2.9

#### Scene 2



#### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap:**
  - a. **Adegan:** Inneke berkaca dengan tangan memegang pinggang dan menyentuh dagu
  - b. **Ekspresi:** tersenyum



- c. **Karakter:** Inneke Koeshrawati sebagai tokoh utama
- d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna krem kecoklatan dengan tata rias natural.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah rumah dimana terdapat kaca, pintu dan tirai berwarna putih. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *extreme long shot*.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “rumah tangga kami selalu harmonis”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** Adegan tersebut menyampaikan makna bahwa perempuan tersebut terlihat sangat bahagia dalam pernikahannya. Ketika dia bercermin dan melakukan pose di depan cermin itu menyiratkan bahwa ia sangat puas terhadap dirinya karena mampu menjadikan rumah tangganya menjadi harmonis.

### Gambar 2.10

#### *Scene 3*



## 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap:**
  - a. **Adegan:** Inneke memegang sebuah botol berwarna coklat
  - b. **Ekspresi:** tersenyum
  - c. **Karakter:** Inneke Koeshrawati sebagai tokoh utama
  - d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna krem kecoklatan dengan tata rias natural.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi di sebuah rumah karena latarbelakang adegan tersebut terlihat seperti taman rumah namun ditampilkan dengan blur. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.
- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *close up*.
- **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “berkat Resik V setiap hari”.
- **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.

2. **Konotatif** : Adegan tersebut menyampaikan makna bahwa perempuan tersebut menggunakan produk Resik V Manjakani setiap hari untuk merawat vaginanya.

**Gambar 2.11**

*Scene 4*



1. **Denotatif** :

▪ **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Inneke merapatkan kedua jarinya
  - b. **Ekspresi:** tersenyum
  - c. **Karakter:** Inneke Koeshrawati sebagai tokoh utama
  - d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna krem kecoklatan dengan tata rias natural.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah rumah karena latarbelakang adegan tersebut terlihat seperti taman rumah namun ditampilkan dengan blur. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.

- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *big close up*.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Makanya tetap mesra. Halal.”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** Adegan tersebut menyampaikan makna bahwa berkat menggunakan produk itu hubungannya dengan suami tetap mesra. Adegan merapatkan dua jari memberikan dua isyarat, yang pertama mesra dapat diartikan sebagai hubungan yang erat dan intim satu sama lain. Kedua, kedua jari yang merapatkan bisa mengartikan hasil dari penggunaan produk Resik V Manjakani mampu membuat vagina kencang. Kencang diartikan sebagai vagina yang berhimpitan dan menyatu satu sama lain.

## Gambar 2.12

### *Scene 5*



### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap adegan:** ilustrasi tubuh perempuan yang berfokus pada bagian vagina yang diwakilkan oleh huruf V besar menjadi huruf v kecil.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah rumah karena latarbelakang adegan tersebut terlihat seperti taman rumah namun ditampilkan dengan blur. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.
- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *big close up*.
- **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Resik V Manjakani, dengan ekstrak Manjakani dari Persia, membantu mengencangkan otot-otot kewanitaan”.
- **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.

### 2. Konotatif :

Adegan tersebut menyampaikan makna bahwa vagina yang ideal adalah vagina yang kencang. Vagina yang kencang adalah vagina yang memiliki otot-otot

yang tidak kendur. Vagina yang memiliki otot-otot yang kencang adalah vagina yang memiliki ukuran kecil atau sempit.

**Gambar 2.13**

*Scene 6*



**1. Denotatif :**

▪ **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Inneke yang memegang selendang kemudian selendangnya terbang. Kemudian selendangnya ditangkap oleh suaminya
- b. **Ekspresi:** tersenyum
- c. **Karakter:** Inneke Koeshrawati sebagai tokoh utama dan suaminya sebagai tokoh pendukung

- d. Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna krem kecoklatan dengan tata rias natural.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah rumah karena latarbelakang adegan tersebut terlihat seperti taman rumah namun ditampilkan dengan blur. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *close up dan extreme long shot*. Teknik pencahayaan cukup terang.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Manjakani tiap hari, manjakan suami setiap hari”. Dialog tersebut adalah tagline dalam iklan ini.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dalam beberapa unsur pembacaan konotasi pada scene ini, pesan yang disampaikan ialah kebahagiaan dan kemesraan bisa didapatkan setiap hari walau rumah tangga sudah lama terjalin. Melakukan perawatan pada vagina agar tetap kencang dengan menggunakan produk ini supaya bisa menyenangkan hati suami setiap hari. Laki-laki sangat senang dengan vagina yang kencang terlihat dari raut kebahagiaan laki-laki ketika istrinya tampil seperti yang ia inginkan.

#### 2.2.2.2 Preferred Reading dalam konsep ideal vagina kencang iklan Resik V Ramuan Madura

- Vagina kencang adalah vagina yang otot-ototnya tidak kendur dan masih elastis,

*Preferred reading* ini ditemukan dalam beberapa *scene*, salah satunya dalam *scene* keempat yaitu dimana terjadi adegan Inneke Koeshrawati merapatkan jari tengah dengan jari telunjuknya atau seperti angka dua tapi saling berdempetan atau tidak ada jaraknya. Hal tersebutlah yang menunjukkan bahwa vagina kencang adalah vagina yang antara kedua sisinya saling menempel rapat atau bisa juga dibilang masih menyatu satu sama lain.

Kondisi vagina yang seperti ini biasanya dimiliki oleh perempuan yang masih perawan atau belum pernah melahirkan karena lubang vaginanya belum pernah dimasuki atau dilewati objek tertentu. Nah hal inilah, yang membuat perempuan yang sudah lama menikah mendambakan kondisi vagina kencang seperti di awal pernikahan.

*Preferred reading* ini juga ditemukan pada *scene* kelima dimana terdapat ilustrasi tubuh perempuan yang berfokus pada vagina. Vagina dalam ilustrasi tubuh tersebut wakili oleh huruf V. Huruf V yang tadinya besar berubah menjadi kecil. Ilustrasi tersebut menunjukkan kondisi vagina perempuan yang sudah lama menikah karena sudah pernah melahirkan menjadi berukuran besar. Hal itu dapat dikatakan sebagai kondisi vagina yang sudah tidak kencang lagi. Perubahan bentuk huruf v yang kecil memberikan penggambaran bahwa vagina rapat memiliki ukuran yang kecil seperti ketika masih perawan atau belum pernah melahirkan. Ukuran disini bisa dikatakan sebagai ukuran lubang vagina karena yang bisa berubah ukurannya hanyalah bagian lubang vagina. Ukuran lubang vagina yang kecil karena masih kencangnya otot-otot vagina.

### **2.2.3 Konsep ideal vagina putih dalam iklan produk *Feminine Hygiene Resik V Khasiat Manjakani Whitening***

Iklan produk *feminine hygiene Resik V Khasiat Manjakani Whitening* dibintangi oleh aktor Dude Herlino dan Alissa Soebandono dengan durasi 30 detik. Iklan tersebut menawarkan khasiat mengencangkan dan mencerahkan area vagina. Dalam iklan itu Dude Herlino dan



Alissa Soebandono merupakan pasangan suami istri, di mana menurut Dude perhiasan terindah adalah istri yang sholeha. Alissa Soebandono selalu terlihat sempurna di mata suaminya karena ia menggunakan produk *feminine hygiene* Resik V Khasiat Manjakani Whitening yang memiliki khasiat mengencangkan dan mencerahkan area vagina. Berkat khasiat produk tersebut yang mengencangkan dan mencerahkan area vagina, hubungan pernikahan mereka semakin erat. Iklan produk *feminine hygiene* Resik V Khasiat Manjakani Whitening diakhiri dengan tagline “Rahasia Keluarga Sakinah”.

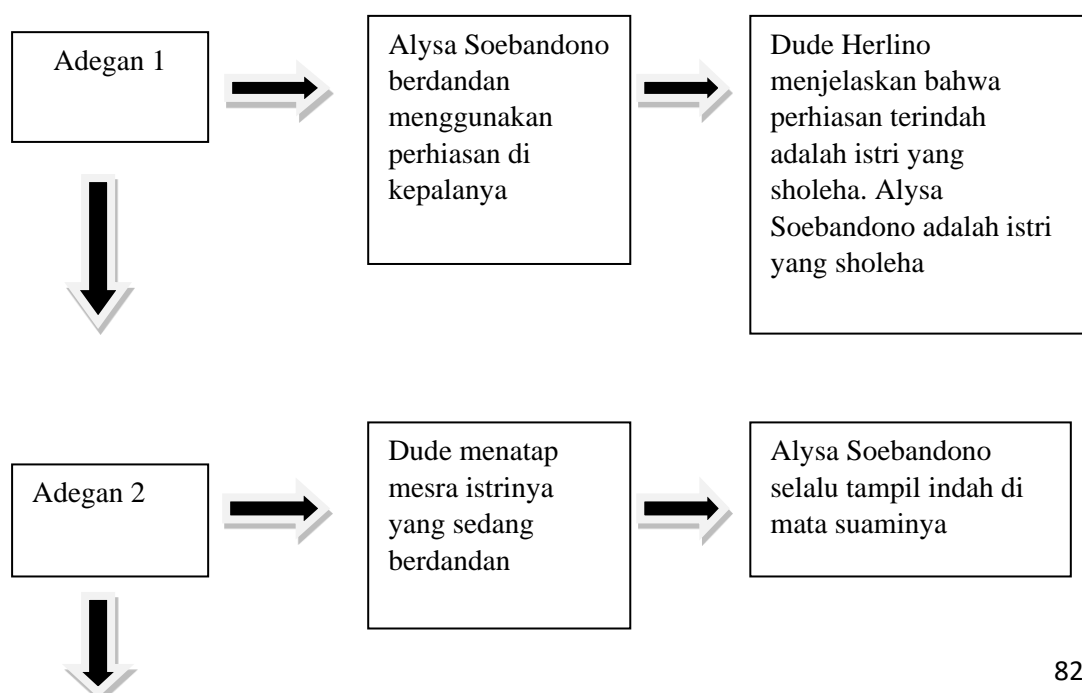
### 2.2.3.1 Makna Denotatif dan Konotatif Iklan Resik V Khasiat Manjakani Whitening

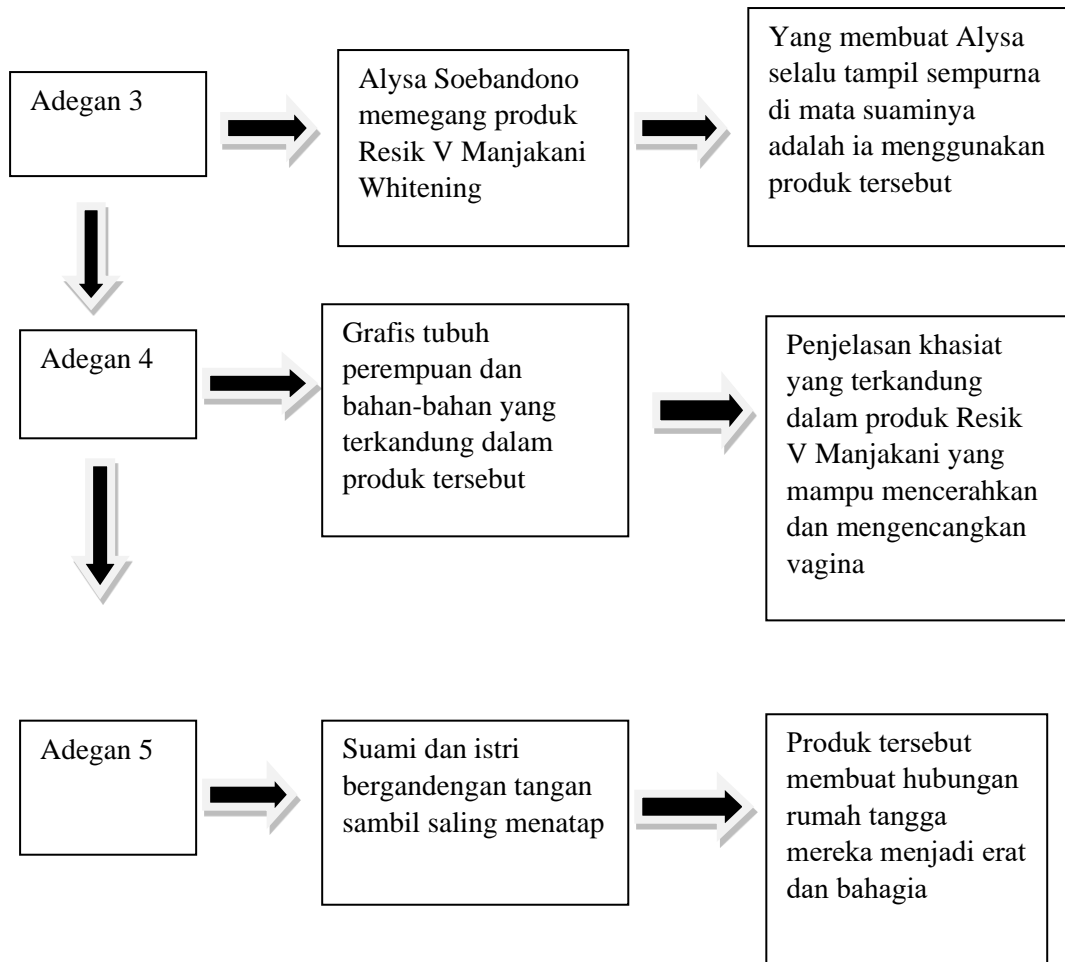
Iklan produk *feminine hygiene* Resik V Khasiat Manjakan Whitening memunculkan makna denotatif dan konotatif berdasarkan unsur-unsur iklan seperti berikut:

- **Sintaksis/Plot/Alur Cerita:**

**Gambar 2.3**

#### Skema Adegan dan Alur Cerita Iklan Resik V Manjakani Whitening





Iklan Resik Manjakani Whitening dimulai dengan adegan Alysa Soebandono yang sedang berdandan. Ia mengenakan aksesoris di jilbabnya, kemudian Dude Herlino melakukan dialog. Dialog tersebut berisi tentang pujian terhadap istrinya yang merupakan perhiasan terindah bagi dirinya karena Alysa merupakan istri yang sholeha. Lalu Dude Herlino menatap istrinya dengan mesra sambil berkata bahwa istrinya selalu tampil indah dimatanya.

Kemudian Alysa Soebandono memegang produk Resik V Manjakani *Whitening* tersebut dan mengatakan bahwa produk itu adalah rahasia ia tampil sempurna di mata suaminya. Ia menjelaskan bahan yang terkandung dalam produk tersebut yaitu manjakani dari Persia dan bengkoang pilihan yang khasiatnya mampu mencerahkan dan mencerahkan area kewanitaan.

Setelah menjelaskan kandungan dan khasiat dari produk tersebut, mereka berdua berjalan sambil bergandengan tangan. Kemudian mereka berdua saling menatap satu sama lain. Mereka berdua hidup bahagia dengan rumah tangga yang sakinah karena Alysa Soebandono telah menggunakan produk tersebut.

### Gambar 2.14

#### *Scene 1*



#### 1. Denotatif :

##### ▪ Unsur pose/sikap:

- a. **Adegan:** Alysa Soebandono yang sedang berdandan kemudian suaminya menatapnya dengan mesra
- b. **Ekspresi:** tersenyum
- c. **Karakter:** Alysa Soebandono dan Dude Herlino sebagai tokoh utama
- d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna putih dengan tata rias natural. Seorang laki-laki yang memakai kemeja berwarna putih.

- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah rumah karena latarbelakang adegan tersebut terlihat ada meja, sofa, jendela, dan pintu namun ditampilkan dengan blur. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *big close up dan close up*. Teknik pencahayaan sangat terang dan didominasi oleh warna putih.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Perhiasan terindah adalah istri yang sholeha”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dilihat dari beberapa unsur pembacaan konotasi iklan, pesan yang disampaikan dalam *scene* tersebut adalah seorang wanita yang sholeha adalah perhiasan terindah. Dari unsur dialog yang menyatakan bahwa perhiasan terindah adalah istri yang sholeha menunjukkan bahwa istri yang sholeha itu mampu memperhatikan penampilan dirinya di depan suami. Ketika Alysa sedang berdandan di rumahnya, suaminya sangat mengagumi kecantikannya. Warna putih dan tata pencahayaan yang terang mewakili makna dari vagina putih. Vagina putih bisa diartikan sebagai vagina yang memiliki kulit berwarna putih.

### Gambar 2.15

#### *Scene 2*



### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Alysa Soebandono membelakangi suaminya. Kemudian, Dude Herlino menatap istrinya dari belakang

- b. **Ekspresi:** tersenyum

- c. **Karakter:** Alysa Soebandono dan Dude Herlino sebagai tokoh utama

- d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna putih dengan tata rias natural. Seorang laki-laki yang memakai kemeja berwarna putih.

- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi di sebuah rumah karena latar belakang adegan tersebut terlihat ada meja, sofa, jendela, dan pintu namun ditampilkan dengan blur. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.

- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *big close up*. Teknik pencahayaan sangat terang dan didominasi oleh warna putih.

- **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Dia selalu indah dimataku. Rahasiannya..”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** Pemilihan Dude Herlino dan Alysa Soebandono sebagai tokoh utama memberikan makna bahwa kondisi rumah tangga tersebut masih baru, muda dan terlihat belum memiliki banyak persoalan. Pasangan baru menikah ini terlihat bahagia karena penampilan Alysa Soebandono yang selalu menarik perhatian suaminya.

### Gambar 2.16

#### Scene 3



#### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Alysa Soebandono dan suaminya berdempetan dan memegang sebuah botol berwarna putih

- b. **Ekspresi:** tersenyum
  - c. **Karakter:** Alysa Soebandono dan Dude Herlino sebagai tokoh utama
  - d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna putih dengan tata rias natural. Seorang laki-laki yang memakai kemeja berwarna putih.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah rumah karena latarbelakang adegan tersebut terlihat ada meja, sofa, jendela, dan pintu namun ditampilkan dengan blur. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *close up*. Teknik pencahayaan sangat terang dan didominasi oleh warna putih.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Resik V, Khasiat Manjakani Whitening”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dalam *scene* ini menunjukkan bahwa hubungan suami istri ini masih sangat mesra dan harmonis karena Alysa Soebandono merawat vaginanya agar tetap putih dengan produk *feminine hygiene* Resik V Manjakani Whitening.

### Gambar 2.17

#### Scene 4



### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap adegan:** ilustrasi tubuh perempuan yang berfokus pada bagian vagina yang diwakili huruf V berwarna putih dan memancarkan sinar. Selain itu ilustrasi vagina juga menjadi sempit sekalipun bentuknya tidak terlalu besar.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** dalam scene ini hanya didominasi warna putih polos dan tidak ada objek apapun
- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *big close up*. Teknik pencahayaan sangat terang dan didominasi oleh warna putih.
- **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Resik V dengan Manjakani dari Persia dan bengkoang pilihan, terbukti dua kali mencerahkan dan makin mengencangkan daerah kewanitaan”.
- **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.

2. **Konotatif :** dalam *scene* ini menunjukkan makna dari vagina putih. Dari kalimat dua kali lebih mencerahkan pertanda bahwa vagina putih adalah vagina yang cerah, dari visualisasi gambar ilustrasi vagina yang memancarkan cahaya semakin menguatkan



makna dari vagina putih adalah vagina yang cerah dan terang. Di area ilustrasi vagina tidak ada warna selain putih. Hal tersebut berarti vagina putih yang cerah itu tidak memiliki noda-noda hitam yang mengganggu. Noda-noda hitam biasanya muncul pada area kulit vagina karena adanya gesekan antara kulit dengan pakaian. Kondisi tersebut dapat mengganggu penampilan vagina.

### Gambar 2.18

#### *Scene 5*



#### 1. Denotatif :

##### ▪ Unsur pose/sikap:

- a. **Adegan:** Alysa Soebandono dan Dude Herlino saling menatap dan saling bergenggaman tangan.
- b. **Ekspresi:** tersenyum
- c. **Karakter:** Alysa Soebandono dan Dude Herlino sebagai tokoh utama
- d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian modern yaitu pakaian muslim dan hijab yang berwarna putih dengan tata rias natural. Seorang laki-laki yang memakai kemeja berwarna putih.

- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah rumah karena latarbelakang adegan tersebut terlihat ada meja, sofa, jendela, dan pintu namun ditampilkan dengan blur. Setting waktu terjadi pada pagi atau siang hari.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *big close up*. Teknik pencahayaan sangat terang dan didominasi oleh warna putih.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Resik V cerahkan diriku, eratkan pernikahanku. Resik V Khasiat Manjakani Whitening, Rahasia Keluarga Sakinah”. Dialog ini merupakan tagline dari iklan tersebut.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dari beberapa unsur pembacaan konotasi iklan tersebut makna yang tersirat adalah dari segi teknik visualisasi dari awal sampai akhir iklan selalu didominasi dengan warna putih dan tidak ada warna lain selain putih itu menjadi simbol vagina putih adalah vagina yang memiliki kulit merata. Tidak ada perbedaan warna dengan kulit bagian tubuh lainnya. Kalimat “cerahkan diriku” bila dikaitkan dengan aspek visualisasi memberikan makna bahwa vagina putih adalah vagina yang cerah secara merata. Kemudian, kalimat “eratkan pernikahanku” bila dikaitkan dengan adegan pasangan suami istri saling bergenggaman tangan menunjukkan bahwa hubungan pernikahan mereka sangat harmonis karena sang istri yang bisa memenuhi keinginan suaminya secara penampilan.

### 2.2.3.2 *Preferred Reading* konsep vagina ideal putih dalam Iklan Resik V Manjakani Whitening

- Vagina putih adalah vagina memiliki kulit putih, cerah, dan warnanya merata

*Preferred reading* ini ditemukan pada beberapa *scene* salah satunya dalam *scene* pertama yaitu dimana terjadi adegan Alysa Soebandono yang sedang berdandan dengan pakaian serba putih dengan latar tempat dan visualisasi berwarna serba putih. Hal tersebut, memberikan makna bahwa vagina putih adalah vagina yang memiliki kulit putih. Dalam iklan ini, menawarkan hasil mencerahkan sehingga dari segi visualisasi model hingga latar belakang tempat dan pencahayaan pun didominasi oleh warna putih.

Kemudian pada *scene* keempat dimana terdapat ilustrasi tubuh perempuan yang berfokus pada vagina yang memancarkan cahaya putih. Dari kalimat dua kali lebih mencerahkan pertanda bahwa vagina putih adalah vagina yang cerah, dari visualisasi gambar ilustrasi vagina yang memancarkan cahaya semakin menguatkan makna dari vagina putih adalah vagina yang cerah dan terang. Di area ilustrasi vagina tidak ada warna selain putih. Hal tersebut berarti vagina putih yang cerah itu tidak memiliki noda-noda hitam yang mengganggu. Noda-noda hitam biasanya muncul pada area kulit vagina karena adanya gesekan antara kulit dengan pakaian. Kondisi tersebut dapat mengganggu penampilan vagina.

Pada adegan terakhir dari segi teknik visualisasi dari awal sampai akhir iklan selalu didominasi dengan warna putih dan tidak ada warna lain selain putih itu menjadi simbol vagina putih adalah vagina yang memiliki kulit merata. Tidak ada perbedaan warna dengan kulit bagian tubuh lainnya. Kalimat “cerahkan diriku” bila dikaitkan dengan aspek visualisasi memberikan makna bahwa vagina putih adalah vagina yang cerah secara merata dan tidak ada perbedaan dengan kulit bagian tubuh lainnya. Apabila seseorang memiliki warna kulit dasar putih, kulit bagian vagina juga harus putih.

#### **2.2.4 Konsep ideal bersih Iklan Produk *Feminine Hygiene Resik V Madura Whitening***

Iklan produk *feminine hygiene* Resik V Madura *Whitening* dibintangi oleh Zaskia Sungkar dengan durasi 30 detik. Iklan tersebut menawarkan produk *feminine hygiene* yang mampu membersihkan dan memutihkan area kewanitaan. Berbeda dengan ketiga iklan lainnya, iklan ini hanya memunculkan karakter perempuan yang berbahagia karena memiliki organ intim yang bersih dan putih tanpa ada tokoh laki-laki.

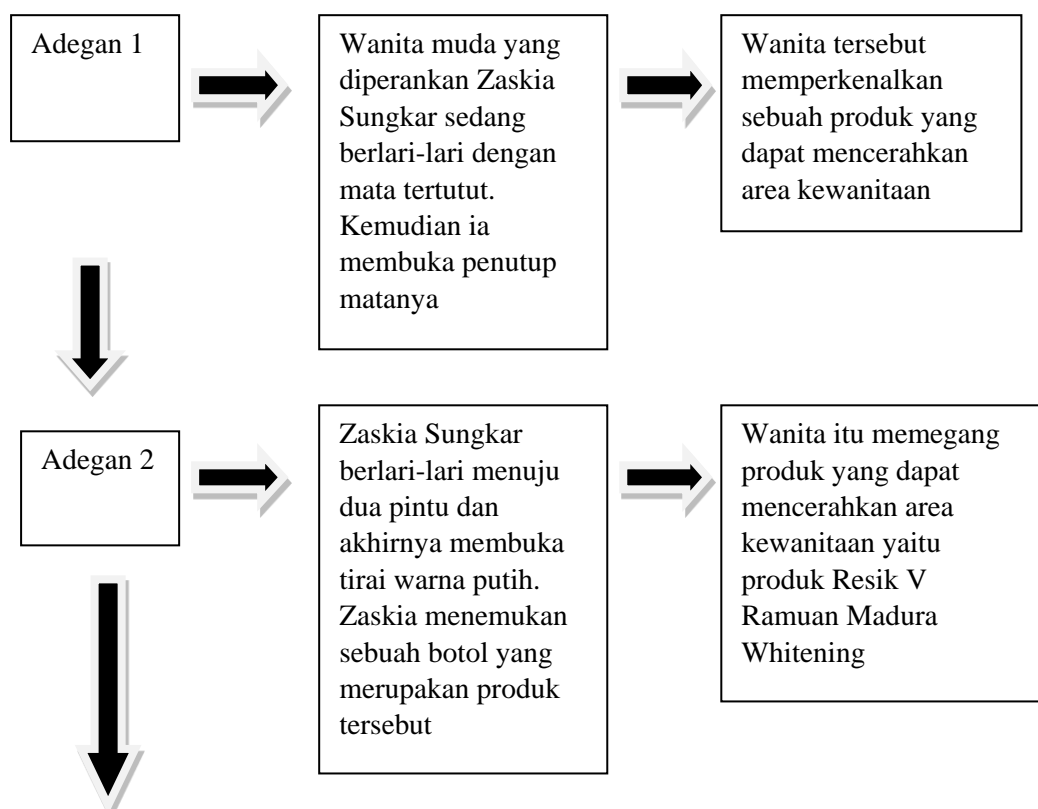
#### 2.2.4.1 Makna Denotatif dan Konotatif Iklan Resik V Madura *Whitening*

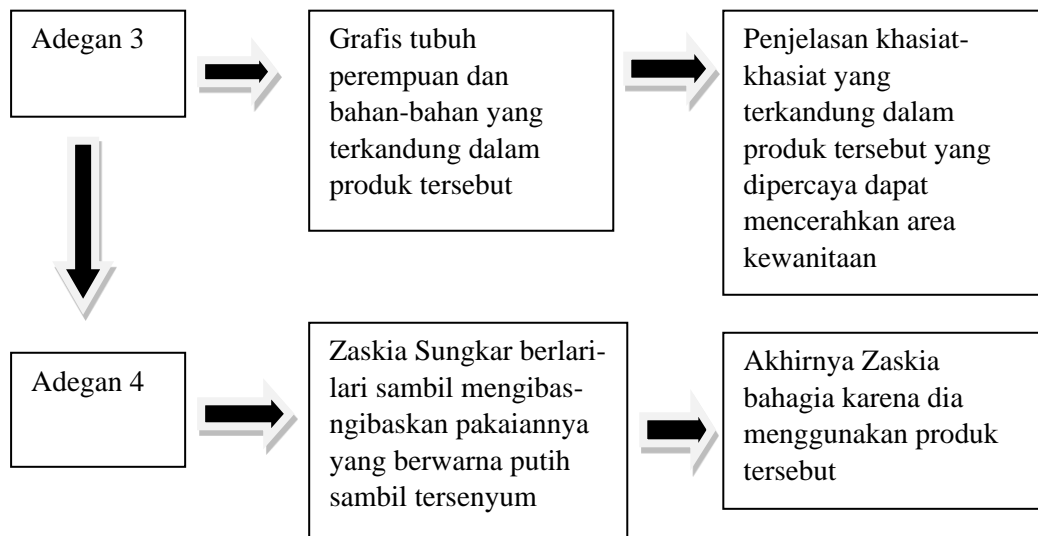
Iklan produk *feminine hygiene* Resik V *Whitening* memunculkan makna denotatif dan konotatif berdasarkan unsur-unsur iklan seperti berikut:

- **Sintaksis/Plot/Alur Cerita**

**Gambar 2.4**

#### **Skema Adegan dan Alur Cerita Iklan Resik V Madura *Whitening***





Adegan dalam iklan tersebut dimulai ketika Zaskia Sungkar berlari-lari dengan mata tertutup di sebuah taman bunga. Kemudian dia membuka matanya dan melihat dua buah pintu. Pintu pertama berwarna putih namun tidak bersinar. Lalu, pintu yang kedua berwarna putih dan bersinar. Zaskia akhirnya memilih pintu yang memancarkan sinar dan membuka tirainya.

Ketika ia membuka tirai pintu tersebut, ia menemukan sebuah botol merah yang merupakan produk Resik V Whitening Khasiat Ramuan Madura. Produk tersebut dipercaya dapat mencerahkan area kewanitaan. Setelah itu, Zaskia memegang produk itu dan berkata bahwa putih itu harus resik. Adegan terakhir dari iklan itu, Zaskia Sungkar berlari-lari dan mengibaskan pakaiannya yang panjang menjuntai sambil tertawa bahagia.

**Gambar 2.19**

*Scene 1*



### 1. Denotatif :

- **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Zaskia Sungkar berlari-lari dengan mata tertutup dan kemudian ia membuka penutup mata tersebut.

- b. **Ekspresi:** tersenyum

- c. **Karakter:** Zaskia Sungkar sebagai tokoh utama. Wanita muda.

- d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian muslim berwarna serba putih dan bertata rias natural. Zaskia sungkar memakai penutup mata berwarna putih

- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah taman bunga, dimana terdapat bunga-bunga berwarna putih dan pohon-pohon cemara berwarna hijau. Setting waktu dalam iklan ini terjadi pada pagi atau siang hari.

- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *extreme long shot* dan *big close up*. Teknik pencahayaan sangat terang.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Saatnya buka mata”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dari segi pose/sikap terlihat bahwa Zaskia Sungkar adalah seorang wanita masih sangat muda dan memerankan karakter wanita yang belum menikah karena ia hanya berperan sendirian. Ekspresinya yang tersenyum dan sambil berlari-lari disebuah taman menunjukkan karakternya sebagai wanita yang energik dan sangat bahagia. Ia mengenakan pakaian muslim berwarna putih menunjukkan bahwa ia wanita muslimah. Pemilihan warna putih pada pakaiannya mewakili tujuan dari iklan tersebut yang menawarkan vagina putih. Mata tertutup menunjukkan ketidaktahuan akan suatu hal untuk itu ia mengajak untuk mencari tahu.

**Gambar 2.20**

*Scene 2*



1. **Denotatif :**

- **Unsur pose/sikap:**
    - a. **Adegan:** Zaskia Sungkar berdiri diantara dua pintu berwarna putih. Pintu disebelah kiri berwarna putih namun tidak cerah, sedangkan pintu disebelah kanan pintunya berwarna putih dan cerah karena memancarkan cahaya.
    - b. **Ekspresi:** tersenyum
    - c. **Karakter:** Zaskia Sungkar sebagai tokoh utama. Wanita muda.
    - d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian muslim berwarna serba putih dan bertata rias natural. Zaskia sungkar memakai penutup mata berwarna putih
  - **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah taman bunga, dimana terdapat bunga-bungan berwarna putih dan pohon-pohon cemara berwarna hijau. Setting waktu dalam iklan ini terjadi pada pagi atau siang hari.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *extreme long shot*. Teknik pencahayaan sangat terang.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Kini ada pilihan”.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** dari beberapa unsur pembacaan konotasi dalam iklan tersebut mengandung makna bahwa fakta yang harus diketahui oleh setiap perempuan adalah ada dua pilihan



untuk merawat vagina. Pintu yang berwarna putih namun tidak cerah menunjukkan bahwa vagina yang tidak bersih vagina yang kusam. Kemudian pintu yang berwarna putih bercahaya adalah sebagai simbol vagina bersih adalah vagina yang cerah, terang dan tidak kusam.

**Gambar 2.21**

*Scene 3*



**1. Denotatif :**

- **Unsur pose/sikap:**
  - a. **Adegan:** Zaskia Sungkar berlari menuju pintu yang mengeluarkan cahaya.
  - b. **Ekspresi:** tersenyum
  - c. **Karakter:** Zaskia Sungkar sebagai tokoh utama. Wanita muda.
- **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian muslim berwarna serba putih dan bertata rias natural.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi di sebuah taman bunga, dimana terdapat bunga-bunga berwarna putih dan pohon-pohon

cemara berwarna hijau. Selain itu terdapat pemancar air yang tidak mengeluarkan air. Setting waktu dalam iklan ini terjadi pada pagi atau siang hari.

- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *extreme long shot*. Teknik pencahayaan sangat terang.
- **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “pembersih kewanitaan dengan whitening yang ngga asal putih”.
- **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.

2. **Konotatif** : Adegan tersebut menyampaikan makna bahwa perempuan harus membersihkan vagina supaya tidak hanya memberikan efek putih saja. Disini peneliti terfokus pada alat pemancar air yang mati. Properti tersebut memberikan makna bahwa vagina yang bersih adalah vagina yang tidak mengeluarkan cairan atau kering.

## Gambar 2.22

### *Scene 4*



1. **Denotatif :**

▪ **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Zaskia Sungkar menemukan sebuah botol berwarna merah
  - b. **Ekspresi:** tersenyum
  - c. **Karakter:** Zaskia Sungkar sebagai tokoh utama. Wanita muda.
  - d. **Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian muslim berwarna serba putih dan bertata rias natural.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi di sebuah taman bunga, dimana terdapat bunga-bunga berwarna putih dan pohon-pohon cemara berwarna hijau. Setting waktu dalam iklan ini terjadi pada pagi atau siang hari.
- **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *close up*. Teknik pencahayaan sangat terang.
- **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Baru. Resik V Whitening Khasiat Ramuan Madura”.

- **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** sesuatu yang bisa membersihkan vagina dengan cara yang tidak biasa-biasa saja adalah dengan memakai produk feminine hygiene Resik V Whitening Khasiat Ramuan Madura.

**Gambar 2.23**

*Scene 5*



1. **Denotatif :**
- **Unsur pose/sikap adegan:** ilustrasi tubuh perempuan dan bahan-bahan yang terkandung dalam produk tersebut.
  - **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut hanya menggunakan grafis ilustrasi.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *extreme long shot*. Dengan warna coklat yang mendominasi.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Ekstrak bengkoangnya mencerahkan kulit sekitar kewanitaan”.

- **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
2. **Konotatif :** Produk Resik whitening Khasiat Madura ini mengandung bahan-bahan alami yang mampu mencerahkan kulit area vagina. Cerah diartikan sebagai vagina yang tidak harus putih tetapi berwarna terang tidak bernoda sekalipun warna kulit dasarnya tidak putih.

**Gambar 2.24**

*Scene 6*



1. **Denotatif :**

- **Unsur pose/sikap:**

- a. **Adegan:** Zaskia Sungkar memegang produk ini kemudian ia berlari dan tertawa sambil mengibaskan pakaiannya
- b. **Ekspresi:** tertawa
- c. **Karakter:** Zaskia Sungkar sebagai tokoh utama. Wanita muda.

- d. Visualisasi Model:** seorang wanita yang memakai pakaian muslim berwarna serba putih dan bertata rias natural.
- **Unsur objek lingkungan dan latar belakang:** adegan tersebut terjadi disebuah taman bunga, dimana terdapat bunga-bunga berwarna putih dan pohon-pohon cemara berwarna hijau. Setting waktu dalam iklan ini terjadi pada pagi atau siang hari.
  - **Unsur fotogenia/teknik visualisasi:** Teknik pengambilan gambar dengan cara *close up, big close up, dan extreme close up*. Teknik pencahayaan sangat terang.
  - **Unsur suara dalam dialog:** dalam adegan ini terdapat dialog yang berbunyi “Putih itu harus Resik. Buktikan sendiri. Resik v Whitening, Khasiat Ramuan Madura. Putih itu resik”. Pada dialog ini adalah tagline dari iklan ini.
  - **Unsur suara dalam backsound:** dalam adegan ini masih diiringi *backsound* yang lembut dan pelan.
- 2. Konotatif :** dalam scene ini menunjukkan bahwa vagina yang putih adalah vagina yang bersih. Kebersihan pada vagina dapat meningkatkan rasa nyaman dan percaya diri pada perempuan.

#### **2.2.4.2 Preferred Reading konsep ideal vagina bersih dalam Iklan Resik V Khasiat Ramuan Madura Whitening**

- Vagina bersih adalah vagina yang cerah, tidak kusam, kering/tidak mengeluarkan cairan, dan tidak timbul noda-noda hitam/jamur

*Preferred reading* ini ditemukan dalam *scene-scene* iklan salah satunya *scene* kedua yaitu dimana terjadi adegan Zaskia Sungkar berdiri diantara dua pintu berwarna putih. Pintu yang

pertama berwarna putih tetapi terlihat kusam dan pintu kedua berwarna putih memancarkan sinar. Ketika ditelaah dari beberapa unsur pembacaan konotasi dalam iklan tersebut dapat dilihat maknanya pintu yang berwarna putih namun tidak cerah menunjukkan bahwa vagina yang tidak bersih vagina yang kusam. Kemudian pintu yang berwarna putih bercahaya adalah sebagai simbol vagina bersih adalah vagina yang cerah, terang dan tidak kusam. Jadi, preferred reading dalam scene ini adalah vagina bersih adalah vagina yang berwarna cerah atau terang dan tidak kusam.

Pada *scene* ketiga dimana terdapat sebuah properti pemancar air berwarna putih yang terletak di antara dua pintu. Pemancar air tersebut tidak mengeluarkan air sehingga itu bisa menjadi simbol vagina perempuan yang sering kali mengeluarkan cairan. Namun, dalam iklan tersebut pemancar air itu tidak mengeluarkan air sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa vagina bersih itu selain tidak kusam juga harus kering atau tidak mengeluarkan cairan/becek. Cairan yang membuat vagina menjadi tidak bersih biasanya adalah cairan keputihan yang bisa menimbulkan aroma tidak sedap.

Kemudian, pada *scene* kelima dimana terdapat ilustrasi tubuh perempuan yang berfokus pada vagina memancarkan cahaya putih. Pada unsur dialog dikatakan bahwa produk Resik whitening Khasiat Madura ini mengandung bahan-bahan alami yang mampu mencerahkan kulit area vagina. Cerah diartikan sebagai vagina yang tidak harus putih tetapi berwarna terang tidak bernoda sekalipun warna kulit dasarnya tidak putih. Noda pada vagina bisa juga ditimbulkan karena jamur-jamur yang tumbuh. Munculnya jamur pada vagina diakibatkan kondisi vagina yang terlalu lembab dan tidak pernah dibersihkan