

**EKSPLOITASI TUBUH PEREMPUAN DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN  
PRODUK ROKOK**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana



**Disusun oleh:**  
**DENI TANDRA**  
**19.96.1213**

**PROGRAM SARAJANA**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL UNIVERSITAS AMIKOM**  
**YOGYAKARTA TAHUN AJARAN 2022/2023**

**EKSPLOITASI TUBUH PEREMPUAN DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN  
PRODUK ROKOK**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi  
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana



**Disusun oleh:  
DENI TANDRA**

**19.96.1213**

**PROGRAM SARAJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
TAHUN AJARAN 2022/2023**

## PERSETUJUAN

### PERSETUJUAN

#### EKSPLOITASI TUBUH PEREMPUAN DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK ROKOK

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**DENI TANDRA**

**19.96.1213**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal:

Tanggal, 12 Maret 2023

Dosen Pembimbing



**Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, M.A.**

**NIK. 190302476**

PENGESAHAN

PENGESAHAN

SKRIPSI

EKSPLOITASI TUBUH PEREMPUAN DALAM KOMUNIKASI  
PEMASARAN  
PRODUK ROKOK

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**DENI TANDRA**

**19.96.1213**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Mei 2023

**Susunan Dosen Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.**  
**NIK. 190302476**



**Novita Ika Purnamasari, S.I.Kom., M.A.**  
**NIK. 190302521**



**Rivga Agusta, S.IP., M.A.**  
**NIK. 190302319**



Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar  
Tanggal 25 Mei 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.**  
**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, Skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab kami pribadi.

Yogyakarta, 03 Juni 2023



DENI TANDRA

NIM. 19.96.1213

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. yang telah member limpahan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Eksplorasi Tubuh Perempuan Dalam Komunikasi Pemasaran Produk Rokok"

Kepada pembaca yang terhormat, saya dengan rendah hati menyampaikan kata pengantar ini sebagai bagian dari skripsi yang telah saya susun. Saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini. Tanpa dukungan dan bantuan tersebut, skripsi ini mungkin tidak akan terwujud dengan baik.

Terakhir, saya mengucapkan permohonan maaf jika terdapat kekurangan atau kesalahan dalam skripsi ini. Saya berharap kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan dan pengembangan karya ini ke depannya. Sekali lagi, peneliti sangat bersyukur atas dukungan dan perhatian yang telah diberikan pada penelitian ini. Selama proses penyusunan, peneliti menyadari adanya banyak kekurangan, sehingga bantuan dari berbagai pihak sangatlah penting. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom., M.Eng. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, M.A. selaku dosen pembimbing 5
5. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu

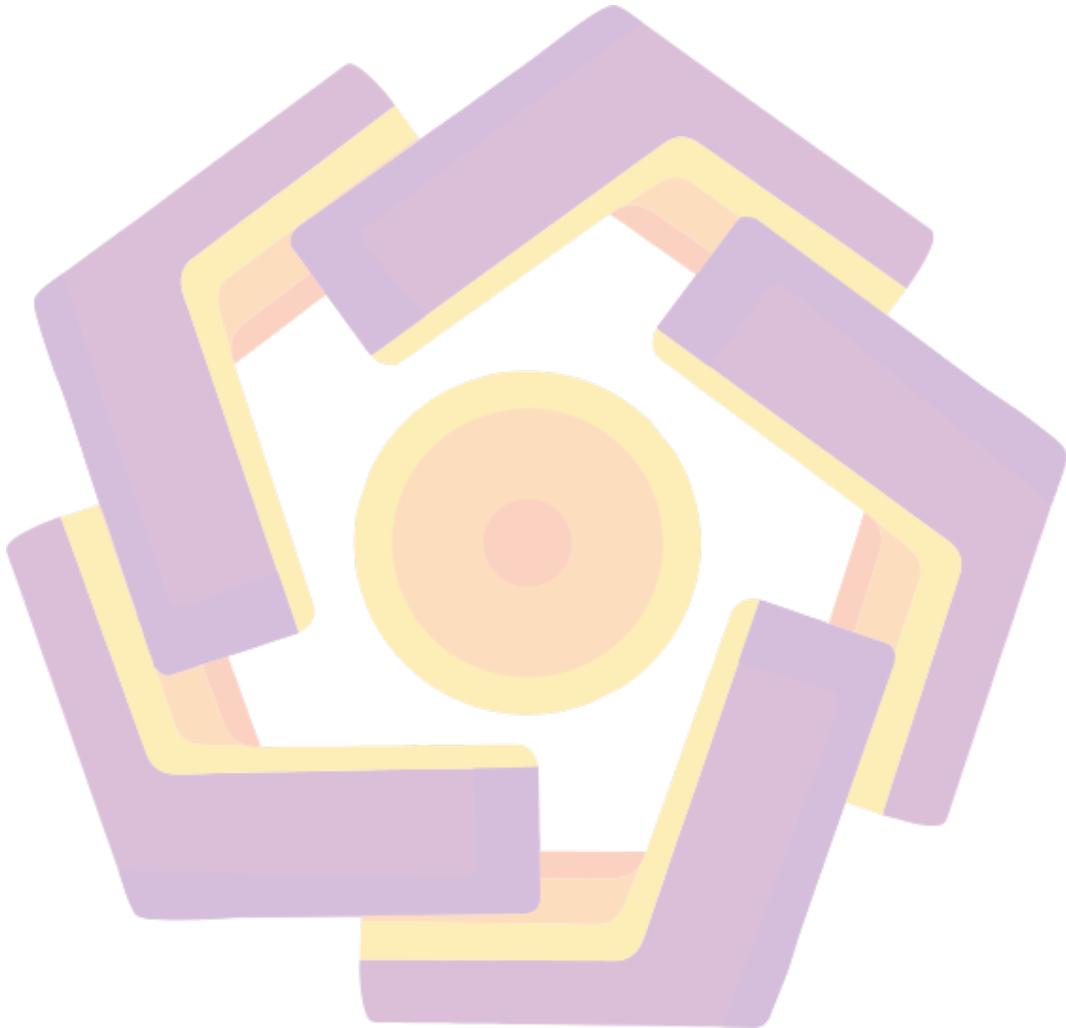
Yogyakarta, 03 Juni 2023

DENI TANDRA

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>II</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>IV</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>V</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>VI</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>VIII</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat penelitian</b> .....	<b>4</b>
<b>1,5 Sistematika Bab</b> .....	<b>5</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1. Landasan Teori dan Konseptial</b> .....	<b>6</b>
<b>2.2. Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>10</b>
<b>2.3. Kerangka Pemikiran</b> .....	<b>14</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>15</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>16</b>
<b>3.1. Jenis dan Paradigma Penelitian</b> .....	<b>16</b>
<b>3.2 Metode penelitian</b> .....	<b>16</b>
<b>3.3 Subjek Penelitian</b> .....	<b>17</b>
<b>3.4 Data Primer dan Sekunder</b> .....	<b>17</b>
<b>3.5 Analisis Data</b> .....	<b>18</b>
<b>3.6 Teknik Validitas Data</b> .....	<b>20</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>22</b>
<b>HASIL PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
<b>4.1 Profil Informan</b> .....	<b>22</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian</b> .....	<b>22</b>
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	<b>28</b>
<b>BAB V</b> .....	<b>33</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>33</b>

**5.1 Kesimpulan..... 33**  
**5.2 Saran..... 33**  
**DAFTAR PUSTAKA..... 34**



## ABSTRAKSI

Pemasaran produk atau marketing produk sangat penting bagi perusahaan-perusahaan ataupun suatu produk untuk meningkatkan sales dan juga keuntungan bagi perusahaan mereka, sehingga bisa mendapatkan benefit daripada produk mereka dengan cara memasarkan dan juga menjual produk mereka. Ada banyak jenis cara marketing yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan ini, salah satunya adalah dengan marketing secara langsung dengan menjajakan produk mereka seperti yang dilakukan oleh produk rokok terhadap marketing mereka dengan cara menjajakan produk rokok mereka dengan bekerja sama dengan SPG (*Sales Promotion Girl*) untuk bisa menjajakan produk rokok yang mereka jual.

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengedukasi orang-orang terhadap pentingnya kepedulian kepada kesadaran masyarakat luas tentang eksploitasi tubuh wanita yang sering digunakan pada promosi-promosi ataupun pemasaran produk yang digunakan pada saat ini. Hal tersebut sering kita lihat pada produk rokok yang kebanyakan menggunakan SPG untuk menjajakan atau menjualkan, dan juga memperkenalkan produk rokok mereka terhadap konsumen, terutama bagi produk rokok yang sebagian besar konsumennya adalah laki-laki. Dan penulis berharap dengan adanya penelitian ini, maka kesadaran terhadap masyarakat luas tentang eksploitasi tubuh wanita dalam pemasaran produk rokok semakin tinggi, sehingga tidak menyalahgunakan atau menggunakan hal tersebut untuk kepentingan yang tidak sesuai dengan tujuannya.

## ABSTRACT

Product marketing or product marketing is very important for companies or a product to increase sales and profits for their company, so they can get benefits from their products by marketing and selling their products. There are many types of marketing methods used by these companies, one of which is direct marketing by selling their products as cigarette products do for their marketing by selling their cigarette products by working with SPG (Sales Promotion Girl) to can peddle cigarette products that they sell.

In this study, the authors wanted to educate people about the importance of concern for wider public awareness about the exploitation of the female body which is often used in promotions or marketing of products used today. We often see this in cigarette products where most of them use SPGs to peddle or sell, and also introduce their cigarette products to consumers, especially for cigarette products where the majority of consumers are male. And the authors hope that with this research, the awareness of the wider community about the exploitation of women's bodies in the marketing of cigarette products will increase, so that they do not abuse or use it for interests that are not in accordance with their goals.