

ABSTRAK

Nama : Rizky Amelia
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Judul : Representasi Kesetaraan Gender pada Video Iklan Kecap ABC Versi Superbunda

REPRESENTASI KESETARAAN GENDER PADA VIDEO IKLAN KECAP ABC VERSI SUPER BUNDA

Perempuan di dalam masyarakat mempunyai kaitan erat terhadap peran mereka di dalam rumah tangga. Mitos idealnya para perempuan diharapkan dapat mengurus rumah tangga dan menjadi ibu atau istri yang baik bagi keluarganya. Sistem budaya patriarki yang dianut di negara Indonesia semakin memperkuat adanya pandangan sub-ordinasi perempuan. Selama ini budaya patriarki menihilkan kerja perempuan agar bisa dieksloitasi demi keuntungan dan kontrol terhadap perempuan.

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sebuah wacana yang terdapat pada kehidupan sehari-hari dimana pembagian tugas dan peran antara laki-laki dan perempuan dalam iklan Kecap ABC versi Super Bunda. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana narasi iklan dibentuk untuk mendukung stereotip perempuan dengan menampilkan perempuan yang bergantung dengan produk kecap ABC. Dalam analisis peneliti menggunakan teknik analisis wacana Sara Mills. Peneliti memilih metode ini, karena metode ini sering digunakan dalam penelitian feminis dan perempuan serta metodenya sesuai dengan rumusan masalah penelitian. Analisis yang dilakukan dengan membagi dua bagian, yaitu posisi subjek objek dimana peneliti juga memakai analisis Roland Barthes yang memuat makna konotasi, denotasi, dan mitos untuk membantu menemukan posisi subjek-objek serta posisi pembaca dalam analisis Sara Mills yang dipakai. Dalam posisi pembaca, peneliti melihat bagaimana wacana teks diterima oleh para penonton.

Pada iklan ini dalam subjek dan objek yaitu ayah, ibu dan anak. Peran domestik yang pada umumnya dilakukan oleh perempuan ternyata hal ini juga dapat dilakukan oleh laki-laki, artinya peran domestik dalam keluarga menjadi tugas bersama antara istri dan suami atau dapat dilakukan secara bersama tergantung keluarga mengatur dan mengolah demi terwujudnya keharmonisan bersama. Hal ini juga menunjukkan adanya kesetaraan peran yang diusung antara laki-laki dan perempuan.

Kata Kunci: Perempuan, Peran Domestik, Analisis Wacana, Semiotika, Sara Mills

ABSTRACT

Name : Rizky Amelia
Study Program : Magister of Communication Science
Title : Representation of Gender Equality on the Video Advertisement Kecap ABC Superbunda Version

REPRESENTATION OF GENDER EQUALITY ON THE VIDEO ADVERTISEMENT KECAP ABC SUPER BUNDA VERSION

Women in the community have a strong commitment to their role in the household. Myth is ideally women are expected to be able to manage the household and be a good mother or household for livestock. The patriarchal culture system adopted in the country of Indonesia is increasing in view of the sub-ordination of women. During this patriarchal culture nullifies the work of women so that they can be exploited for the benefit and control of women.

In general, this study discusses the discourse in daily life where the division of tasks and roles between men and women in ABC version of the Super Bunda Ketchup ad. This research is a qualitative study that discusses the narrative created to support the stereotype of women and women who support ABC soy sauce products. In the analysis of researchers using Sara Mills discourse analysis techniques. Researchers choose this method, because this method is often used in feminist and female research and the method is in accordance with the research problem formulation. The analysis is done by dividing the two parts, namely the placement of the subject object while the researcher also uses Roland Barthes analysis which contains the connotation, denotation, and myth meaning to help find the position of the object-object and the analysis findings on the analysis of Sara Mills used. In the position of the reader, the researcher looks at how the discourse of the text is received by the audience.

In this advertisement in the subject and object namely father, mother and child. In fact, the domestic role performed by women can also be done by men, meaning that the domestic role in the family together with the family and family can be carried out together depending on the family that is given and processes according to their realization together. It also shows the percentage of equality of roles carried between men and women.

Keywords: Women, Domestic Role, Discourse Analysis, Semiotics, Sara Mills