

REPRESENTASI BIAS GENDER PADA IKLAN SABUN KHUSUS PEREMPUAN

**(Analisis Deskriptif Kualitatif pada Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih di
Televisi)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

ANANDA DITYA SEWAKKOTAMA

07 09 03366 / KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

**REPRESENTASI BIAS GENDER PADA IKLAN SABUN KHUSUS
PEREMPUAN**

(Analisis Deskriptif Kualitatif pada Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih di Televisi)

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai
Gelara S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

ANANDA DITYA SEWAKKOTAMA

07 09 03366 / Komunikasi

Disetujui Oleh :

F. Anita Herawati, SIP., M. Si.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Representasi Bias Gender Pada Iklan Sabun Khusus Perempuan
(Analisis Deskriptif Kualitatif pada Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih di Televisi)

Penyusun : Ananda Ditya Sewakkotama

NIM : 07 09 03366

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : Jumat, 14 Desember 2012

Pukul : 14.00

Tempat : Ruang Pendadaran Fisip UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto M.Si

Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP., M.Si

Penguji I

Dhyah Ayu Retno W, S.Sos., M. Si

Penguji II



PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan surat ini saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ananda Ditya Sewakkotama

No. Mahasiswa : 07 09 03366

Judul Karya Tulis : **Representasi Bias Gender Pada Iklan Sabun Khusus Perempuan (Analisis Deskriptif Kualitatif pada Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih di Televisi)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan saya, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 19 November 2012

Saya yang menyatakan,



Ananda Ditya Sewakkotama

\ABSTRAKSI

Iklan sebagai salah satu pilar penyangga kapitalisme, membuat kapitalisme dituding sebagai pendukung terbentuknya bias gender dalam iklan. Representasi perempuan dalam iklan yang *stereotype* dan bias gender sebenarnya merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial mapan yang beroperasi dalam kehidupan masyarakat. Atas dasar kegelisahan tentang maraknya iklan televisi yang mengandung makna bias gender, maka penelitian ini mencoba memaparkan representasi bias gender yang terkandung dalam sebuah iklan. Iklan yang dipilih untuk digunakan sebagai obyek penelitian adalah iklan televisi Sumber Ayu Sabun Daun Sirih. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni teori semiotika Roland Barthes yang digunakan untuk menelaah makna bias gender dalam iklan tersebut.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu data-data penelitian yang ditampilkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data deskriptif kualitatif dikumpulkan melalui berbagai cara, seperti wawancara, intisari, dokumentasi (rekaman). Penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes yang mencoba memaparkan dan menjelaskan bias gender dalam iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih di media televisi.

Hasil penelitian ini berupa temuan data mengenai simbol-simbol yang dominan muncul dalam iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih, simbol-simbol tersebut adalah: melayani suami merupakan tanggung jawab bagi seorang istri dalam rumah tangga dan simbol seksualitas perempuan adalah hal berharga yang dapat memikat kaum lelaki. Kandungan makna dalam iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih mempunyai pesan bias gender dalam rumah tangga akibat dari *stereotype* dalam masyarakat, pembagian tugas tidak setara, peran ganda, dan dominasi laki-laki atas perempuan akibat dari nilai-nilai patriarki.

Kata Kunci: Iklan Televisi, Semiotika, Bias Gender.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Cantik dan Perkasa atas berkat dan cinta-Nya dalam memberikan penulis kesempatan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul Representasi Bias Gender Pada Iklan Sabun Khusus Wanita (Analisis Semiotika pada Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih di Televisi). Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu segala bentuk kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam proses pengerjaan penulisan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Anita Herawati atas kesediaan membimbing dan memberikan banyak waktu hingga akhirnya skripsi ini terselesaikan.
2. Bapak, Mama, Dinda, dan untuk semuanya yang tidak mungkin saya uraikan satu persatu. Terlalu banyak, terlalu berharga.
3. Yusri Dewi untuk kehadirannya setiap waktu, semangat, sindiran, dan segala hal hingga akhirnya skripsi ini terselesaikan pada waktu yang tepat.

4. Teman-teman MUSTIKA MAYA FISIP UAJY untuk semua keceriaan yang pernah tercipta.
5. Teman-teman kuliah yang ada dalam perbedaan hingga berperan membentuk pribadi saya menjadi seperti sekarang ini.
6. Semua saudara, teman dan handai taulan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih banyak.
7. Terimakasih untuk WAKTU yang masih selalu berputar...

- Penulis -

Surat Adipati Karna kepada Istrinya, Surtikanti...

"...aku harus membuktikan bahwa seseorang ada, seseorang menjadi, karena tindakannya, karena pilihannya - bukan karena ia telah selesai dirumuskan..

Seorang resi pernah berkata: pada mulanya adalah Sabda, dan Sabda menjadi Kodrat. Bagiku, pada mulanya adalah perbuatan. Dari perbuatan lahir pengetahuan, dan dengan pengetahuan itu aku bisa merumuskan diriku..

Lalu kucari ilmu, istriku. Kau tahu, mengapa? Ilmu akan mengukuhkan aku bukan cuma anak suta yang hina. Meskipun kukatakan kepada Radha, ibuku, bahwa ilmu tak mengenal kasta, tak memandangi harta — dan karena itu di sanalah aku akan bebas — sesungguhnya aku berdusta, juga pada diriku sendiri: diam-diam aku ingin ingkar kepada kelas orang-orang yang mengasihiku. Sebab, ternyata di dunia kita yang menyakikan ini, Surtikanti, ilmu pun telah jadi lambang tentang mana yang rendah, mana yang tinggi.."

teruntuk Yusri Dewi..

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori	9
1. Televisi Sebagai Media Periklanan	9
2. Iklan dan Perempuan	11

3. Seks, Gender, dan Bias Gender	13
4. Bias Gender dalam Iklan Televisi	21
5. Visualisasi dan Signifikasi Iklan TV	26
6. Semiotika	28
F. Kerangka Konsep	34
G. Definisi Konseptual	39
H. Metode Penelitian	41
1. Objek Penelitian	42
2. Sumber Data	42
3. Teknik Pengumpulan Data	43
4. Tahapan Penelitian	43
5. Teknik Analisis Data	45
BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IKLAN SUMBER AYU	
SABUN DAUN SIRIH	
A. Gambaran Umum PT WIPRO UNZA Vitalis	47
1. Visi, Misi, dan Semangat WIPRO UNZA	48
2. Nilai Nilai dalam WIPRO UNZA Vitalis	49
3. Produk-produk WIPRO UNZA Vitalis	51
B. Gambaran Umum Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih	57
BAB III: TEMUAN DATA DAN ANALISIS IKLAN	
A. Analisis Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih	60

1. Seksualitas Perempuan sebagai Pemikat Laki-laki	61
2. Perempuan Memiliki Beban Ganda	68
3. Perempuan Bertanggung Jawab atas Kepuasan Seksual Laki-laki	77
B. Pembahasan Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih	81
C. Iklan Sumber Ayu Sabun Daun Sirih sebagai Produk dari Budaya Patriarki	92
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	98
B. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Bagan Kerangka Teori	10
Gambar 2	Signifikasi Dua Tahap Barthes	33
Gambar 3	Bagan Kerangka Konsep	40
Gambar 4.1	<i>Scene 1; Frame 1</i>	62
Gambar 4.2	<i>Scene 1; Frame 2</i>	63
Gambar 4.3	<i>Scene 1; Frame 3</i>	64
Gambar 4.4	<i>Scene 1; Frame 4</i>	64
Gambar 4.5	<i>Scene 1; Frame 5</i>	65
Gambar 4.6	<i>Scene 1; Frame 6</i>	66
Gambar 5.1	<i>Scene 2; Frame 7</i>	69
Gambar 5.2	<i>Scene 2; Frame 8</i>	70
Gambar 5.3	<i>Scene 2; Frame 9</i>	71
Gambar 5.4	<i>Scene 2; Frame 10</i>	71
Gambar 5.5	<i>Scene 2; Frame 11</i>	72
Gambar 6.1	<i>Scene 3-6; Frame 12</i>	77
Gambar 6.2	<i>Scene 3-6; Frame 13</i>	78
Gambar 6.3	<i>Scene 3-6; Frame 14</i>	79
Gambar 6.4	<i>Scene 3-6; Frame 15</i>	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Teknik Pengambilan Gambar, Gerakan Kamera, dan Teknik Editing	28
---------	--	----

