

**REPRESENTASI KESETARAAN GENDER DALAM IKLAN
PEMBALUT WANITA**

(Analisis Semiotika Roland Barthes pada iklan Laurier Active Day)



SKRIPSI

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

Oleh:

FLAVIANA SEKAR ATYARISTA

170906239

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

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**REPRESENTASI KESETARAAN GENDER DALAM IKLAN PEMBALUT
WANITA**

(Analisis Semiotika Roland Barthes pada iklan Laurier Active Day)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

FLAVIANA SEKAR ATYARISTA

170906239

disetujui oleh :



Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

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

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Representasi Kesetaraan Gender dalam iklan Pembalut Wanita

(Analisis Semiotika Roland Barthes pada iklan Laurier Active Day)

Penyusun : Flaviana Sekar Atyarista

NPM : 170906239

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis / 21 Maret 2024

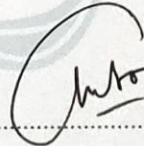
Pukul : 11.30 WIB

Tempat : Ruang Pendaran 3 FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Mario Antonius Birowo, MA., Ph.D.

Penguji Utama



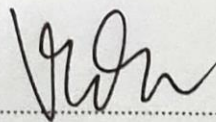
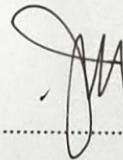
Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si.

Penguji I



Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji II



Irene Santika Vidiadari, S.IKom., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Flaviana Sekar Atyarista

NPM : 170906239

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Representasi Kesetaraan Gender dalam Iklan Pembalut Wanita

(Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Laurier Active Day)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 8 Maret 2024

Saya yang menyatakan,



Flaviana Sekar Atyarista

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada Ibu peneliti yang telah berjuang membiayai pendidikan peneliti serta orang-orang di sekitar peneliti yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam proses menyelesaikan Skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi “Representasi Kesetaraan Gender dalam iklan Pembalut Wanita (Analisis Semiotika Roland Barthes pada iklan Laurier Active Day)”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan proses perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan, bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang selalu membimbing, menemani dan menolong peneliti selama menyusun skripsi ini.
2. Ibu peneliti yang selalu mendukung dan memberikan bantuan berupa moral dan material selama ini.
3. Bapak Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang memberi segala bentuk pembelajaran, komentar dan motivasi dari awal penyusunan hingga akhir skripsi ini.
4. Ath, yang selalu memberikan dorongan dan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini
5. Teman-teman peneliti yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu yang selalu memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Peneliti sendiri, yang telah berusaha menyelesaikan skripsi ini hingga akhirnya dapat terselesaikan.

Demikian skripsi ini disusun dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Segala macam kekurangan dalam skripsi ini, peneliti dengan senang hati menerima masukan dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini bisa lebih bermanfaat.

Yogyakarta, 8 Maret 2024



Flaviana Sekar Atyarista

Penulis

ABSTRAK

Kesetaraan gender merupakan prinsip yang menghendaki adanya persamaan antara laki-laki dan perempuan dalam penerimaan hak-hak dan perlakuan. Sayangnya, kesetaraan gender masih kerap dihadapkan dengan berbagai tantangan seperti diskriminasi, stereotip gender dan stigma, salah satunya terkait dengan menstruasi sebagai siklus reproduksi perempuan. Penelitian ini mengeksplorasi representasi kesetaraan gender dalam iklan pembalut Laurier Active Day melalui tanda-tanda dalam iklan.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan metode Semiotika Roland Barthes. Peneliti membagi beberapa *scene* dan *shot* dalam iklan untuk menemukan tanda-tanda dalam bentuk audiovisual yang menggambarkan kesetaraan gender serta mengaitkannya dengan mitos yang ada. Terdapat beberapa bentuk relasi yang ditunjukkan dalam iklan, antara lain relasi keluarga (suami-istri), relasi persaudaraan (kakak-adik), relasi pertemanan (pasangan kekasih) dan relasi dalam pekerjaan (karyawan-konsumen). Di samping itu, terdapat beberapa mitos yang muncul dalam iklan ini antara lain adalah mitos mengenai maskulinitas, menstruasi dan pembalut.

Hasil penelitian menunjukkan adanya representasi kesetaraan gender yang tergambarkan dalam bentuk kepedulian, dukungan, tidak adanya diskriminasi dan saling membantu. Iklan Laurier Active Day ini membawa narasi *counter-myth* atau kontra-mitos melawan mitos tentang menstruasi yang hanya dianggap sebagai masalah siklus reproduksi untuk perempuan saja. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah representasi kesetaraan gender yang terkandung dalam iklan Laurier Active Day tergambarkan dalam bentuk kepedulian dan dukungan laki-laki akan kebutuhan perempuan, tidak adanya diskriminasi dalam setiap relasi laki-laki dan perempuan serta menyadari bahwa menstruasi sebagai siklus reproduksi perempuan merupakan hal yang perlu dipahami bersama baik bagi perempuan maupun laki-laki.

Kata Kunci: Semiotika, Kesetaraan Gender, Menstruasi, Iklan Pembalut

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Kerangka Teori.....	5
1. Representasi	5
2. Kesenjangan Gender	7
3. Semiotika Roland Barthes.....	9
4. Film	13
5. Suara Film	18
6. Warna	20
7. Iklan.....	23
F. Kerangka Pemikiran.....	25
G. Metodologi Penelitian	26
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	30
A. Kao Corporation.....	30
B. Laurier Active Day	31
C. Iklan Laurier Active Day	32

BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA PENELITIAN	36
A. Temuan dan Analisis Data	36
1. Temuan dan Analisis Data <i>Scene</i> 1.....	36
2. Temuan dan Analisis Data <i>Scene</i> 2.....	42
3. Temuan dan Analisis Data <i>Scene</i> 3.....	47
4. Temuan dan Analisis Data <i>Scene</i> 4.....	57
5. Temuan dan Analisis Data <i>Scene</i> 5.....	63
6. Temuan dan Analisis Data <i>Scene</i> 6.....	67
7. Temuan Data di Kolom Komentar YouTube.....	70
a. Komentar yang Bersifat Pro terhadap iklan Laurier Active Day.....	71
b. Komentar yang Bersifat Kontra terhadap iklan Laurier Active Day ...	73
B. Analisis Data.....	78
1. Pandangan Masyarakat terhadap Menstruasi sebagai Siklus Reproduksi Perempuan.....	78
2. Mitos dan Representasi Kesetaraan Gender dalam iklan Laurier Active Day.	80
BAB IV PENUTUP	94
1. Kesimpulan	94
2. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Iklan Laurier Active Day	2
Gambar 2 Peta Tanda Roland Barthes	10
Gambar 3 <i>Two Orders of Signification</i> Roland Barthes	12
Gambar 4 Bagian dari Video	14
Gambar 5 Bagan Kerangka Pemikiran	25
Gambar 6 Logo Perusahaan Kao	30
Gambar 7 Produk Pembalut Laurier Active Day	31
Gambar 8.1 Tangkapan Gambar iklan Laurier Active Day	32
Gambar 8.2 Tangkapan Gambar iklan Laurier Active Day TransTV	33
Gambar 8.3 Tangkapan Gambar iklan Laurier Active Day Indosiar	33
Gambar 9 Tangkapan Gambar Video iklan Laurier Active Day di YouTube	35
Gambar 10.1 Temuan Data <i>Scene 1, Shot 1</i> , detik ke 00.01	36
Gambar 10.2 Temuan Data <i>Scene 1, Shot 2</i> , detik ke 00.01	37
Gambar 10.3 Temuan Data <i>Scene 1, Shot 3</i> , detik ke 00.01	37
Gambar 11 Temuan Data <i>Scene 2, Shot 1</i> , detik ke 00.02	41
Gambar 12.1 Temuan Data <i>Scene 3, Shot 1</i> , detik ke 00.02	45
Gambar 12.2 Temuan Data <i>Scene 3, Shot 2</i> , detik ke 00.03	45
Gambar 12.3 Temuan Data <i>Scene 3, Shot 3</i> , detik ke 00.04	45
Gambar 13.1 Temuan Data <i>Scene 4, Shot 1</i> , detik ke 00.06	54
Gambar 13.2 Temuan Data <i>Scene 4, Shot 2</i> , detik ke 00.09	54
Gambar 13.3 Temuan Data <i>Scene 4, Shot 3</i> , detik ke 00.11	54
Gambar 14.1 Temuan Data <i>Scene 5, Shot 1</i> , detik ke 00.12	59
Gambar 14.2 Temuan Data <i>Scene 5, Shot 2</i> , detik ke 00.13	59
Gambar 15 Temuan Data <i>Scene 6, Shot 1</i> , detik ke 00.14	62
Gambar 16.1 Komentar yang bersifat pro terhadap iklan Laurier Active Day.....	66
Gambar 16.2 Komentar yang bersifat pro terhadap iklan Laurier dan Kesetaraan Gender.....	67
Gambar 16.3 Komentar yang bersifat pro terhadap iklan Laurier Active Day.....	67
Gambar 16.4 Komentar yang bersifat pro terhadap iklan Laurier Active Day.....	67

Gambar 16.5 Komentar kontra menanggapi peran pacar dan suami dalam iklan Laurier	68
Gambar 16.6 Komentar kontra menganggap iklan bersifat sensitif dan privasi.....	68
Gambar 16.7 Komentar satire terhadap iklan Laurier Active Day	68
Gambar 16.8 Perdebatan antara komentar pro dan kontra dalam iklan Laurier Active Day...	69
Gambar 16.9 Perdebatan tentang aib di kolom komentar iklan Laurier Active Day.....	70
Gambar 16.10 Komentar yang mempertanyakan keterlibatan pemeran laki-laki	70
Gambar 16.11 Komentar kontra yang menyinggung asusila.....	70