

Kesetaraan Gender dalam Iklan
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Provider Tri)

SKRIPSI



Disusun oleh,

Yulius Sulistiyanto

17.96.0087

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA

2021

Kesetaraan Gender dalam Iklan
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Provider Tri)

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh
Gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh,

Yulius Sulistiyanto

17.96.0087

PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA

2021

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Kesetaraan Gender dalam Iklan
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Provider Tri)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yulius Sulistiyanto

17.96.0087

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 April 2021

Dosen Pembimbing,

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302364

PENGESAHAN

SKRIPSI

**Kesetaraan Gender dalam Iklan
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Provider Tri)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yulius Sulistiyanto

17.96.0087

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 April 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Stara Asrita, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302364

Tanda Tangan

Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom
NIK. 190302339

Monika Pretty Aprilia, S.I.P, M.Si
NIK.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 2021

DEKAN FAKULTAS EKONOMI SOSIAL

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

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulius Sulistiyanto
NIM : 17.96.0087
Jenjang : S1
Program Studi : Ilmu Komunikasi

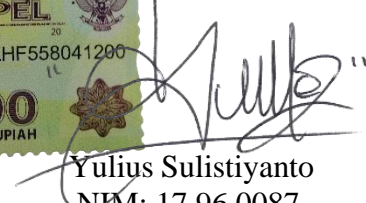
Dengan ini Penulis menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya Penulis sendiri. Tulisan ini bukan merupakan pengambilhan tulisan ataupun pikiran orang lain secara *copy paste*. Tetapi tulisan ini mencantumkan sumber-sumber jelas berdasarkan beberapa referensi seperti buku, jurnal dan dokumentasi. Saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, terkecuali, yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Tulisan ini saya nyatakan sebagai tulisan saya sendiri.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 2021



Penulis


Yulius Sulistiyanto
NIM: 17.96.0087

MOTTO

“To the people who pray to God and wish. To God who listens- and the dreams that are answered”

“Old ways won’t open new doors”

“Hiduplah seperti larry”

“I am a human”

-the writer-

Kesetaraan Gender dalam Iklan
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Provider Tri)

Yulius Sulistiyanto

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom
Yogyakarta
Stiyanto96@gmail.com

ABSTRAK

Representasi perempuan dalam periklanan selalu menjadi topik pembicaraan atau diskusi yang sering terjadi. Setiap pengiklan selalu menggunakan subjek wanita dengan stereotip yang tidak pantas dengan merendahkan kaum perempuan. tetapi tidak dengan Iklan *provider* Tri (3) dimana Iklan yang lain merendahkan tiap kaum wanita dalam iklan *provider* Tri (3) pengguna tokoh perempuan dengan mengangkat krisis isu sosial tentang kesetaraan gender sebuah bentuk ide kreatif yang bagus dimana sebagai pengingat bahwa hal mengenai kesetaraan gender masih sering terjadi di masyarakat hingga saat ini. Dengan menggunakan metode analisis Roland Barthes karya analisis ini mencari makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos dan menganalisis setiap scene, narasi pada Iklan dan mencari makna pesan kesetaraan gender yang terdapat pada iklan *Provider* Tri (3). dengan studi deskriptif kualitatif dan analisis Semiotika bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Dengan menggunakan paradigma konstruktivis dengan tujuan yaitu menghubungkan dan mengaitkan pembelajaran dengan pemahaman yang telah dimiliki sehingga pengetahuan tersebut dapat dikembangkan untuk menganalisis makna tanda-tanda yang terkait pesan kesetaraan gender. Hasil temuan ini menemukan bahwa iklan *Provider* Tri (3) dengan judul “Bebas kini semakin nyata” versi perempuan memuat makna feminisme dalam kesetaraan gender terdapat pesan-pesan kesetaraan gender yang dialami perempuan dengan menampilkan beberapa adegan seorang wanita yang terkekang oleh ketidak bebasan dalam berekspresi maupun batasan ruang gerak perempuan dalam mencari pekerjaan upaya mendapatkan hak yang sama dengan kaum laki laki dalam hal kebebasan.

Gender Equality in Advertising
(Semiotic Analysis of the Tri Advertising Provider Roland Barthes)

Yulius Sulistiyanto

Communication Science Study Program, Faculty of Economics and Social,
Yogyakarta Amikom University

Stiyanto96@gmail.com

ABSTRAK

The representation of women in advertising has always been a frequent topic of conversation or discussion. Every advertiser always uses the subject of women with inappropriate stereotypes by demeaning women. but not with Tri provider ads (3) where other ads denigrate every woman in Tri provider advertisements (3) users of female characters by raising social issues crises about gender equality, a form of good creative ideas which as a reminder that things about gender equality still often happen in society until now By using the method of analysis by Roland Barthes, this analytical work looks for the meaning of denotation, connotation, and myth and analyzes each scene, narrative in advertisements and looks for the meaning of the gender equality message contained in the advertisement of Provider Tri (3). With qualitative descriptive study and semiotic analysis, it is necessary to explain the phenomenon in depth. By using the constructivist paradigm to combine and link learning with existing understanding so that this knowledge can be developed to analyze the meaning of signs related to messages of gender equality. The results of these findings found that the advertisement of Provider Tri (3) with the title "Free is now increasingly real" in the female version contains the meaning of feminism in gender equality, there are messages of gender equality experienced by women by presenting several scenes of a woman who is constrained by the lack of freedom in expression and limitation of the space for women to find work to get the same rights as men in terms of freedom.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang maha esa, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kesetaraan Gender dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Provider Tri)” dan juga sebagai syarat kelulusan dan menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Amikom Yogyakarta.

Melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, ucapan terima kasih sedalam-dalamnya terutama kepada yang terhormat:

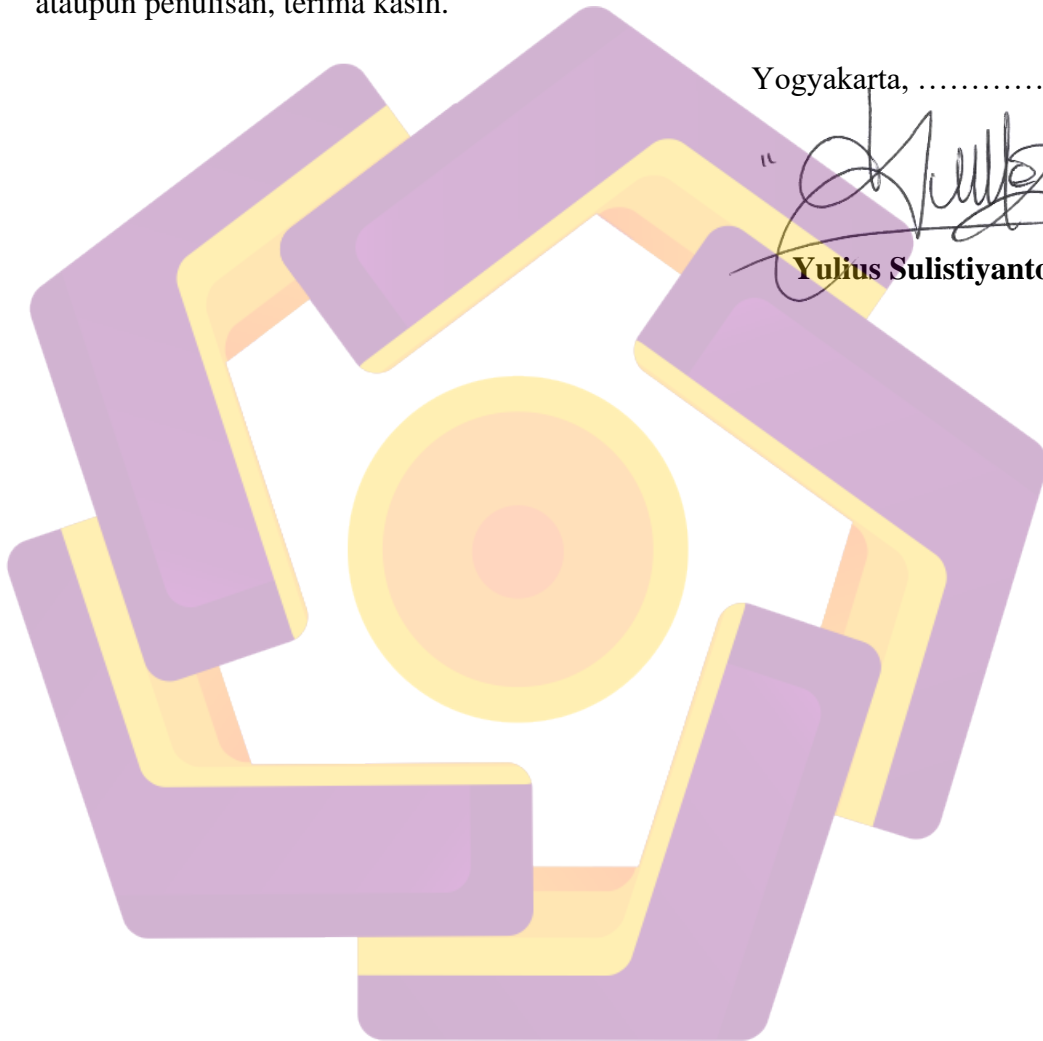
1. Rektor Universitas Amikom Yogyakarta, Prof. Dr. M. Suyanto, M.M
2. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng
3. Ibu Stara Asrita, S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing skripsi
4. Kepada Orang tua Terimakasih telah memberikan kasih sayang, dukungan moral maupun materi. Terima kasih kesabarannya selama ini selalu sehat terus.
5. Kepada Sahabat saya Adi, Hamid sahabat sambat, terimakasih telah memberikan masukan-masukan dalam pengerjaan skripsi membantu dalam hal apapun dukungan semangat terkecuali Hamid.
6. Untuk teman dari kampus UMY Adil, Topek, Muslimin semoga cepat nyusul 14 semester udah cukup.
7. Untuk kawan-kawan dari semester satu Hajian, Novan, Nanda, zainun, Habib, Surya, Bagus, Ega grup txtdaripejabat mohon maaf saya sidang duluan.
8. Dan teruntuk orang yang datang secara tiba-tiba di hidup saya terimakasih fairuzqurratua sudah memberikan supportnya saya tau kamu baik sangat baik. aku tunggu pesan yang tak bisa tersampaikan melalui teks.

Semoga skripsi ini mudah dipahami dan dapat membawa manfaat bagi siapapun yang membacanya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan atau penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Memperhatikan masih kurangnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman pada saat penulisan artikel ini. Akhir kata, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan kata-kata ataupun penulisan, terima kasih.

Yogyakarta,

"

Yulius Sulistiyanto

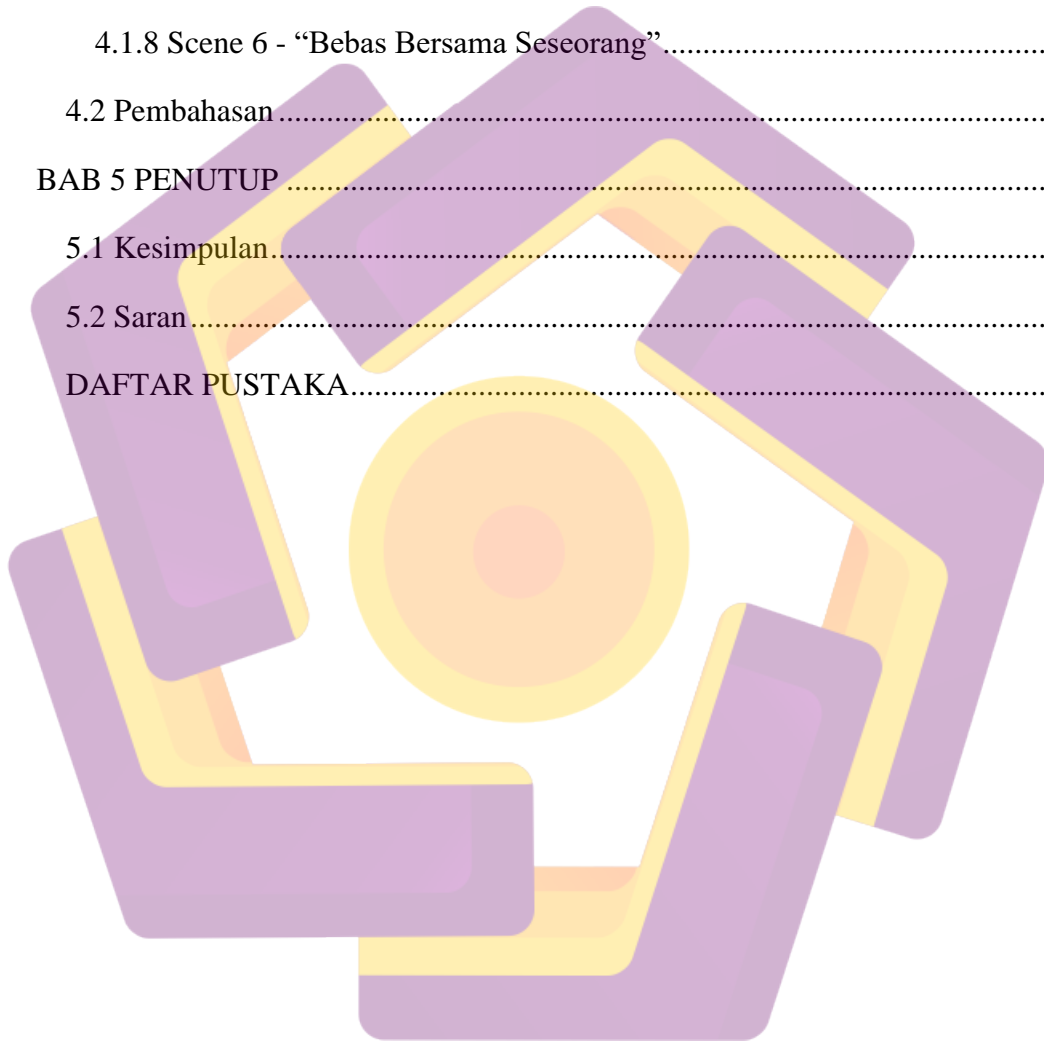


DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRAK</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Iklan Media Elektronik	10
2.2.2 Fungsi Iklan	11
2.2.3 Perempuan dalam Iklan	13

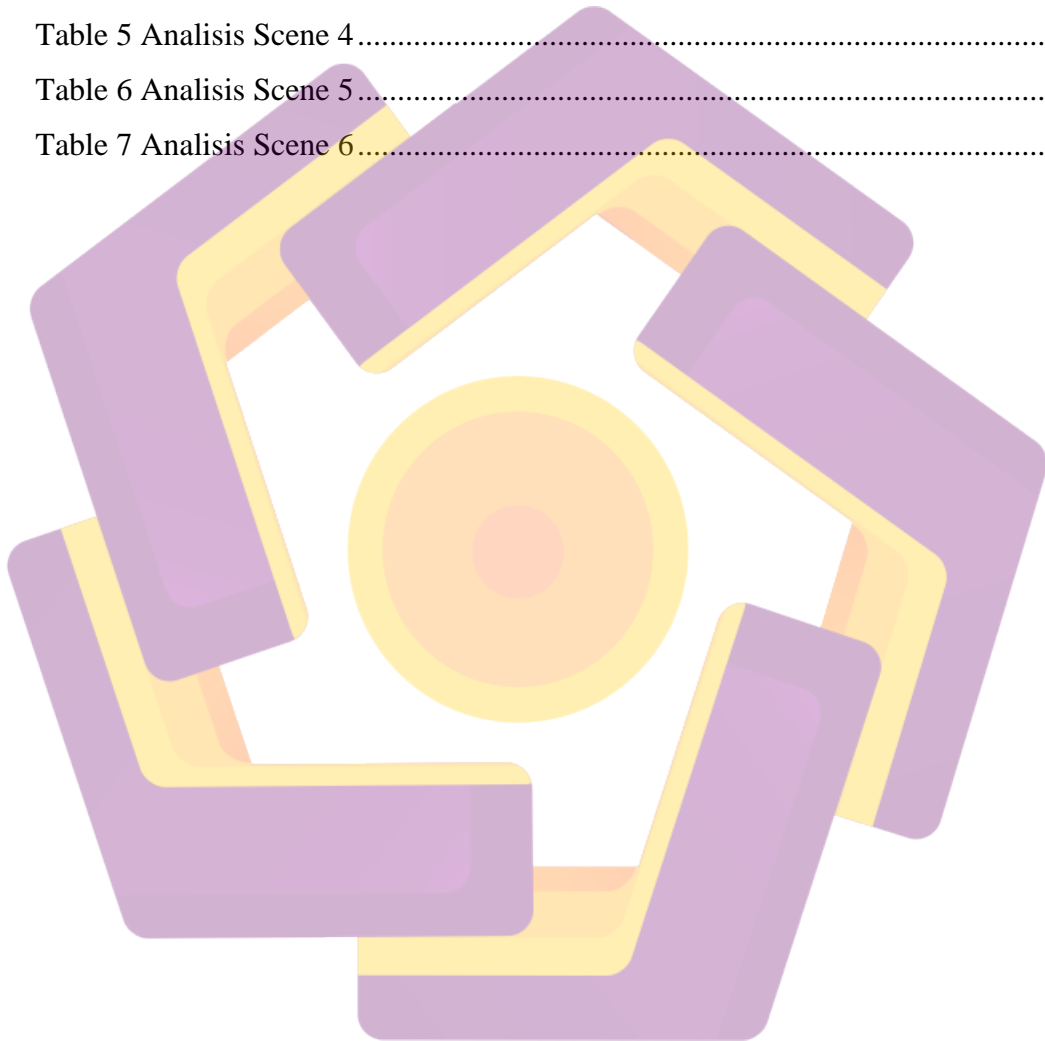
2.2.4 Teori Feminisme	14
2.2.5 Kesetaraan Gender	16
2.2.6 Semiotika	18
2.2.7 Semiotika Roland Barthes	19
2.3 Kerangka Berfikir	20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.1.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	22
3.2 Objek Penelitian atau Deskripsi Objek	24
3.2.1 Deskripsi Objek	24
3.2.2 Logo perusahaan <i>Provider Tri</i> (3)	24
3.2.3 Deskripsi perusahaan <i>Provider Tri</i> (3)	25
3.2.4 Produk Perusahaan.....	26
3.3 Subjek Penelitian	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.7 Triangulasi Uji Validitas	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	32
4.1.1 Sinopsis Iklan <i>Provider Tri</i> (3).....	32
4.1.2 Pemaknaan Denotasi, Konotasi dan Mitos	34
4.1.3 Scene 1 - “Kebebasan itu Omong Kosong”	35
4.1.4 Scene 2 - “Katanya Kita Bebas Berekspresi”	39

4.1.5 Scene 3 - “Hidup Ini Singkat Mumpung Masih Muda Nikmati Sepuasnya”	42
4.1.6 Scene 4 - “Urusan Jodoh Ada Di tanganku”	46
4.1.7 Scene – 5 “Katanya pilihan itu gak ada batasnya selama ngikutin pilihan yang ada”	50
4.1.8 Scene 6 - “Bebas Bersama Seseorang”	53
4.2 Pembahasan	55
BAB 5 PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67



DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Sebelumnya.....	9
Table 2 Analisis Scene 1	38
Table 3 Analisis Scene 2.....	41
Table 4 Analisis Scene 3	45
Table 5 Analisis Scene 4.....	49
Table 6 Analisis Scene 5	52
Table 7 Analisis Scene 6.....	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 2 Icon Tri.....	24
Gambar 3 Model Roland Barthes.....	30
Gambar 4 Scene 1	35
Gambar 5 Scene 2	35
Gambar 6 Scene 3	35
Gambar 7 Scene 4	35
Gambar 8 Scene 5	39
Gambar 9 Scene 6	39
Gambar 10 Scene 7	39
Gambar 11 Scene 8	39
Gambar 12 Scene 9	42
Gambar 13 Scene 10	42
Gambar 14 Scene 11	42
Gambar 15 Scene 12	42
Gambar 16 Scene 13	46
Gambar 17 Scene 14	46
Gambar 18 Scene 15	46
Gambar 19 Scene 16	46
Gambar 20 Scene 17	50
Gambar 21 Scene 18	50
Gambar 22 Scene 19	50
Gambar 23 Scene 20	50
Gambar 24 Scene 21	53
Gambar 25 Scene 22	53