

**REPRESENTASI KESETARAAN GENDER DALAM IKLAN
KECAP ABC VERSI “BANTU SUAMI SEJATI HARGAI
ISTRI”**

SKRIPSI



disusun oleh

Edwin Maulana

19.96.1195

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONIMO DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**REPRESENTASI KESETARAAN GENDER DALAM IKLAN
KECAP ABC VERSI “BANTU SUAMI SEJATI HARGAI
ISTRI”**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar sarjana pada Program
Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Edwin Maulana

19.96.1195

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2023**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

REPRESENTASI KESETARAAN GENDER DALAM IKLAN KECAP ABC VERSI “BANTU SUAMI SEJATI HARGAI ISTRI”


yang dipersiapkan dan disusun oleh

Edwin Maulana

19.96.1195

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 05 Januari 2023

Dosen Pembimbing,



Dipinjam dengan Coretan

Wiwid Adiyanto, M.I.Kom

NIK : 1903024477

PENGESAHAN

SKRIPSI

REPRESENTASI KESETARAAN GENDER DALAM IKLAN KECAP ABC VERSI “BANTU SUAMI SEJATI HARGAI ISTRI”

yang disusun dan diajukan oleh

Nama Mahasiswa

Edwin Maulana

19.96.1195

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 24 Januari 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 1903024477

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

Monika Pretty Aprillia, S.I.P., M.Si
NIK. 190302478



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Tanggal 24 Januari 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

NIK. 190302125

PERNYATAAN

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 saya pribadi.

Yogyakarta, 05 Januari 2023



Edwin Maulana

NIM. 19.96.1195

MOTTO

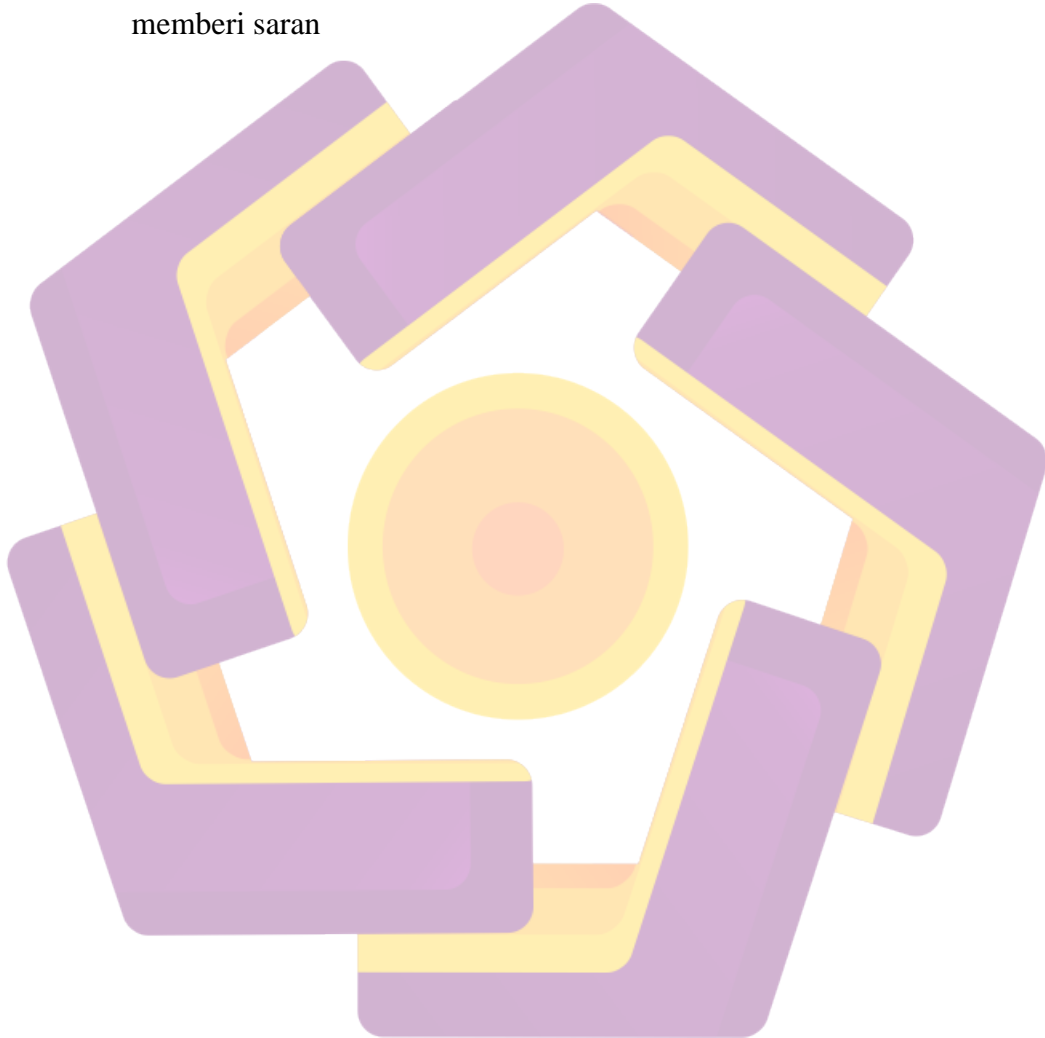
“Akan ku ketik walaupun sambil nangis dikit”



PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Keempat orangtua yang senantiasa mendoakan dan mendukung baik secara mental dan materi
2. Sahabat dan teman-teman The Rantau yang selalu mendukung serta memberi saran




KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Sehingga peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. (Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta)
4. Wiwid Adiyanto, M.I.Kom. (Pembimbing Skripsi)
5. Keempat orangtua, keluarga yang telah memberikan segala dukungan moril maupun materil, serta terus mendoakan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh pihak, sahabat, dan teman yang telah mendukung penulis selama ini

Yogyakarta, 05 Januari 2023



Edwin Maulana

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
INTISARI	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	8
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Manfaat penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoristis.....	8
1.4.2 Manfaat praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Representasi.....	14
2.2.2 Kesetaraan Gender dan Ketidakadilan Gender.....	16
2.2.3 Teori Struktural Fungsional.....	17
2.3 Kerangka Pikir.....	20
BAB III METODELOGI PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian	21
3.2 Pendekatan Penelitian.....	22
3.3 Metode Penelitian.....	22

3.4 Objek Penelitian	24
3.5 Sumber Data	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data	26
3.7 Teknik Analisis Data	27
3.8 Uji Keabsahan	30
3.8.1 Triangulasi Teori	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Uraian Hasil Temuan.....	31
4.1.1 Sinopsis Iklan Kecap ABC versi “Bantu Suami Sejati Hargai Istri”	31
4.2 Hasil Penelitian.....	31
4.2.1 Rangkaian <i>shot scene</i> 1 (kegiatan istri dirumah).....	32
4.2.2 Rangkaian <i>shot scene</i> 2 (kegiatan suami dirumah)	36
4.2.3 Rangkaian <i>shot scene</i> 3 (istri marah kepada suami).....	39
4.2.4 Rangkaian <i>shot scene</i> 4 (suami memasak)	43
4.2.5 Rangkaian <i>shot scene</i> 5 (suami menyiapkan hidangan dan makan bersama istri dan anak)	45
4.3 Pembahasan	48
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan.....	57
5.2 Saran	57
5.2.1 Saran Praktis.....	57
5.2.2 Saran Akademis.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	63

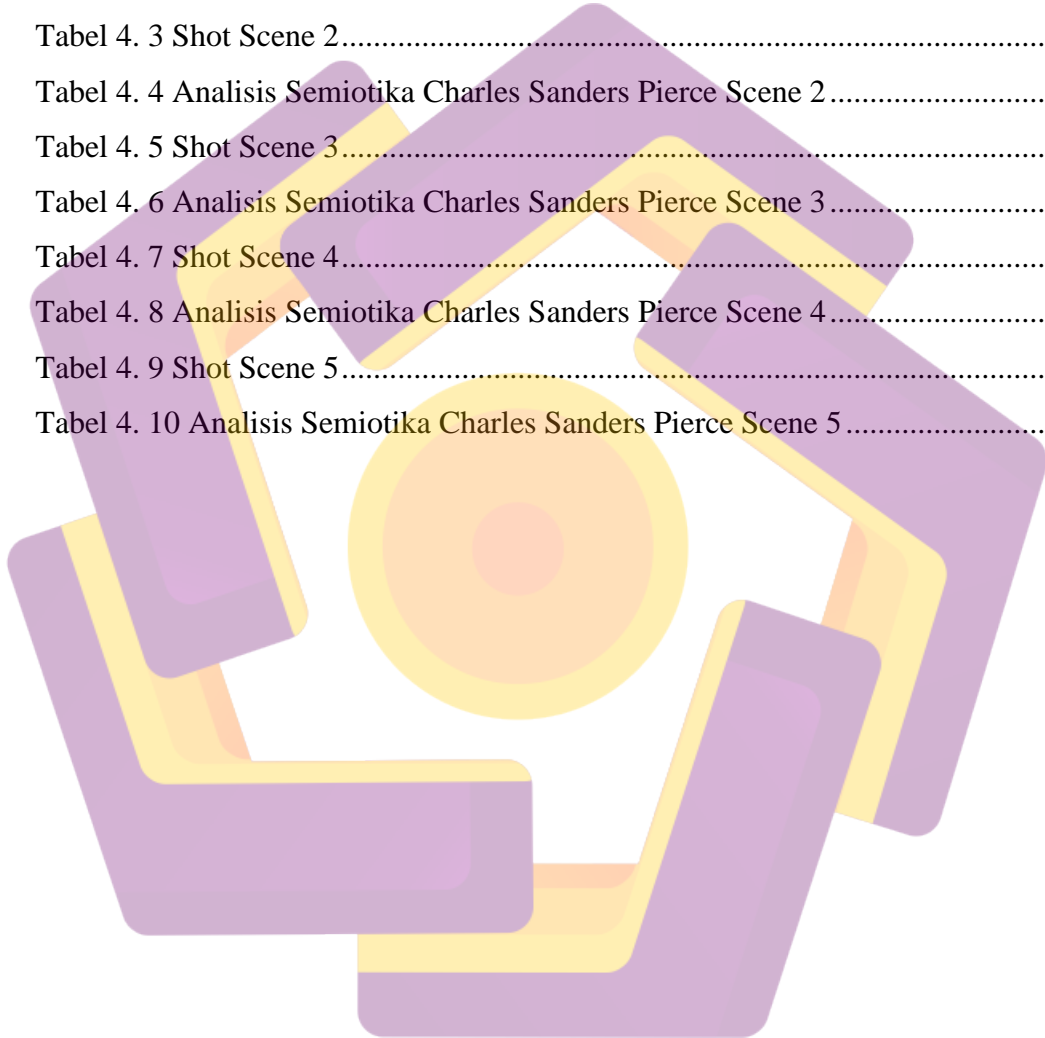
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3 1 “*triangle of meaning*” Charles Sanders Pierce..... 27



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Pemetaan Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. 2 Alur Kerangka Pikir	20
Tabel 3. 1 Profil Iklan	25
Tabel 4. 1 Shot Scene 1	32
Tabel 4. 2 Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Scene 1	34
Tabel 4. 3 Shot Scene 2	36
Tabel 4. 4 Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Scene 2	37
Tabel 4. 5 Shot Scene 3	39
Tabel 4. 6 Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Scene 3	41
Tabel 4. 7 Shot Scene 4	43
Tabel 4. 8 Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Scene 4	44
Tabel 4. 9 Shot Scene 5	45
Tabel 4. 10 Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Scene 5	46



INTISARI

Kesetaraan gender di masa kini menjadi pembahasan yang lumrah diperbincangkan. Banyak organisasi maupun aktivis yang melindungi dan mendukung hak asasi manusia melalui berbagai cara, salah satunya dengan iklan. Iklan kecap ABC versi “Bantu Suami Sejati Hargai Istri” menjadi salah satu iklan yang mengangkat tema isu kesetaraan gender dalam lingkup keluarga. Fokus penelitian ini adalah merepresentasikan pesan kesetaraan gender. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengkaji pesan-pesan kesetaraan gender yang terdapat pada iklan kecap ABC versi “Bantu Suami Sejati Hargai Istri”. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan metode Semiotika Charles Sanders Pierce, dan mengaitkannya dengan teori Representasi dan Struktural Fungsional. Data penelitian ini berupa data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka dan dokumentasi. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pesan kesetaraan gender yang terdapat pada iklan kecap ABC versi “Bantu Suami Sejati Hargai Istri” direpresentasikan dengan adegan yang melakukan kegiatan domestik seperti memasak menunjukkan kesetaraan gender dalam lingkup keluarga. Peneliti berharap kedepannya banyak teori dan konsep lain yang dapat digunakan untuk melakukan analisis terhadap iklan.

Kata Kunci : Kesetaraan Gender, Semiotika, Charles Sanders Pierce, Iklan Kecap ABC Versi “Bantu Suami Sejati Hargai Istri”

ABSTRACT

Gender equality is currently a common topic of discussion. Many organizations and activists protect and support human rights through various means, one of which is through advertising. The ABC soy sauce advertisement version of “Help Real Husbands Respect Wives” is one of the advertisements that carries the theme of gender equality in the family sphere. The focus of this research is to represent the message of gender equality. The purpose of this study was to examine the messages of gender equality contained in the ABC soy sauce advertisement version of “Help Real Husbands Respect Wives”. The research was conducted using a descriptive qualitative approach using Charles Sanders Pierce’s Semiotics method, and relating it to the Representational and Structural Functional theory. The research data is in the form of primary and secondary data with data collection techniques using literature and documentation. The results of this study indicate that the message of gender equality contained in the ABC soy sauce advertisement version of “Help True Husbands Respect Wives” is represented by scenes that carry out domestic activities such as cooking to show gender equality within the family. Researchers hope that in the future there will be many other theories and concepts that can be used to analyze advertisements.

Keywords : *Gender Equality, Semiotics, Charles Sanders Pierce, ABC Soy Sauce Advertisement Version “Help Real Husbands Respect Their Wives”*

