

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ketatnya persaingan dalam dunia industri produk makanan dan bumbu olahan dapur membuat banyak produsen dan perusahaan makanan mulai memikirkan banyak cara untuk menarik para pelanggan. Salah satu cara meningkatkan penjualan agar para konsumen tertarik adalah dengan menggunakan iklan yang menarik dan tepat sasaran. Salah satu perusahaan olahan bumbu makanan yang berusaha tetap eksis dan menggunakan iklan untuk menarik pelanggan tersebut adalah PT. Heinz ABC.

PT Heinz ABC memiliki sebuah iklan yang mengangkat tema tentang kesetaraan dalam pernikahan dimana iklan tersebut banyak tayang di televisi maupun internet pada kanal youtube PT Heinz ABC itu sendiri dan menjadi iklan bagi kanal youtube yang lain. PT. Heinz ABC membuat iklan untuk kecap ABC dengan memberikannya sebuah tema kesetaraan *gender* dengan menambahkan nilai – nilai feminisme didalamnya.

Pada iklan Kecap ABC ini diberi judul “Kesetaraan dalam Pernikahan”, dimana mengangkat *issue* yang saat ini sedang berkembang dan menarik minat kalangan masyarakat tertentu di Indonesia, yakni *issue* Feminisme. Dalam iklan ini digambarkan ada sebuah keluarga muda dengan seorang perempuan sebagai ibu dan seorang istri yang bekerja namun tetap kuat dalam menjalankan tanggung jawabnya sebagai istri dan seorang ibu serta ada pula gambaran seorang laki – laki

yang digambarkan sebagai seorang kepala keluarga dan seorang suami yang bekerja.

Dalam iklan ini tidak hanya ada dua pemeran namun ada satu lagi pemeran yakni seorang anak kecil yang berperan sebagai seorang anak. Anak yang diperankan dalam iklan ini merupakan seorang anak yang mengungkapkan rasa bangga nya terhadap sang ibu karena menurutnya sang ibu adalah sosok pahlawan yang patut untuk di idolakan dan diapresiasi atas kerja kerasnya diluar rumah dan sebagai ibu yang mengurus pekerjaan rumah.

Pada iklan ini sang anak menunjukan kekagumannya pada sang ibu dengan menggambar sang ibu menjadi seorang pahlawan super, hal ini lah yang membuat pemeran laki – laki sebagai seorang kepala rumah tangga dan seorang suami merasa penasaran dengan apa yang digambar pemeran anak dalam iklan kecap ABC dengan judul “Kesetaraan dalam Pernikahan”.

Percakapan dari pemeran laki – laki dewasa sebagai suami dan seorang anak kecil yang berperan sebagai anaknya membicarakan tentang kehebatan seorang perempuan yang berperan sebagai ibu dalam iklan ini. Dimana sang anak mengapresiasi kerja keras sang ibu dengan menjadikan ibunya sebagai tokoh superhero dalam gambar yang dia buat. Dari gambar inilah yang membawa kita pada adegan sang suami tersadar bahwa gambar sang anak memiliki pesan tersirat akan makna kesetaraan, dilanjutkan dengan dialog dan juga monolog yang membuat kita akan merasa bahwa adegan – adegan inilah yang terjadi pada kehidupan kita sehari hari dan menyiratkan makna feminisme dan kesetaraan pada kehidupan pernikahan dan rumah tangga.

Iklan kecap ABC dengan judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” ini banyak mengandung sarat makna tentang kesetaraan hak laki – laki dan juga perempuan didalam menjalani rumah tangga. Kesetaraan yang dimaksud penulis pada iklan Kecap ABC dengan judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” adalah adanya tayangan yang menampilkan tentang seorang suami yang membantu istrinya untuk memasak setelah dia merasa bersalah bahwa selama ini dia tidak pernah membantu istrinya memasak atau melakukan pekerjaan rumah lainnya, penulis melihat bahwa tokoh suami pada iklan tersebut disadarkan oleh anak tentang kehebatan sang istri dalam mengurus pekerjaan rumah dan bekerja diluar rumah.

Selain dalam adegan yang menyiratkan bahwa sang suami merasa bersalah atas hal yang selama ini dia lakukan dalam menjadi seorang suami yang belum cukup mampu untuk membantu istrinya dalam hal rumah tangga, adapula pesan tersirat dalam monolog yang menggambarkan tentang kesetaraan pada iklan kecap ABC dengan judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” yakni dengan adanya tayangan bahwa seorang istri diberikan hak untuk bekerja, selain mengurus anak dan suami para istri pun berhak dibantu dalam menyelesaikan tugas – tugas rumah dan mengembangkan diri dalam bekerja dan bergaul.

Adanya pesan tersirat dalam iklan kecap ABC dengan judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” menarik penulis untuk mencoba menggali lebih dalam makna – makna yang ada dalam iklan kecap ABC dengan judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” karena banyaknya peminat tentang paham feminisme di Indonesia, pada dewasa ini perkembangan feminisme di Indonesia sangatlah pesat dengan kata lain salah satu tema iklan dengan feminisme merupakan tema yang sangat

diminati oleh masyarakat dengan golongan tertentu seperti para wanita yang bekerja, para aktivis perempuan dan perempuan dari kalangan mahasiswa maupun yang lainnya.

Paham feminisme ini berasal dari adanya perkembangan Patriarki yang memaksa perempuan berada pada golongan kelas dua di setiap sentra lini kehidupan. Sistem patriarki merupakan sebuah sistem sosial yang menempatkan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan utama dan mendominasi dalam peran kepemimpinan politik, otoritas moral, hak sosial dan penguasaan properti. Dalam domain keluarga, sosok yang disebut ayah memiliki otoritas terhadap wanita, anak-anak dan harta benda. Feminisme lahir akibat adanya sistem Patriarki yang mengesampingkan hak – hak wanita untuk dapat dianggap setara dengan pria. Feminisme lahir dengan membawa tuntutan agar adanya persamaan kelas dan hak sepenuhnya antara kaum perempuan dan laki – laki.

Feminisme Menurut Ratna (2012:184) Feminisme adalah gerakan kaum wanita untuk menolak segala sesuatu yang dimarginalisasikan, disubordinasikan, dan direndahkan oleh kebudayaan dominan, baik dalam bidang politik dan ekonomi maupun kehidupan sosial pada umumnya. Feminis menolak anggapan bahwa perempuan merupakan konstruksi negatif, perempuan sebagai makhluk takluk, perempuan yang terjatuh dalam dikotomi sentral marginal, superior, inferior. Feminis menentang pandangan yang sudah diterima umum tentang dunia dan bagaimana pandangan-pandangan tersebut dikonstruksikan. Feminis menekankan bahwa pemahaman aspek-aspek sosial dan biologi harus dikembangkan dan disebarluaskan terutama oleh laki-laki.

Menurut Ratna (2012:188) Feminis mencoba memberikan jalan tengah, untuk menemukan keseimbangan agar kedua pihak (laki-laki dan perempuan) memperoleh makna yang sesuai dengan kondisinya dalam masyarakat. Karena pada dasarnya tujuan feminis adalah keseimbangan, interelasi gender. Dalam mencapai kesetaraan seksual atau keadilan gender, maka masyarakat harus memberikan perempuan hak politik dan kesempatan, serta pendidikan yang sama dinikmati oleh laki-laki. Melalui hak dan kesempatan yang sama itulah perempuan dapat mengoptimalkan potensinya untuk dapat setara dengan laki-laki. Pada perkembangannya Feminisme terbagi ke dalam beberapa aliran, yakni feminisme marxis, feminisme radikal, feminisme sosialis dan feminisme liberal.

Feminisme marxis klasik sangat menyadari bahwa relasi gender merupakan produk kehidupan sosial dan menunjukkan adanya ketimpangan. Sumber penindasan perempuan berasal dari eksploitasi kelas dan cara-cara produksi yang tentunya menguntungkan laki-laki. Proses produksi mengalami perubahan ketika kapitalisme berkembang. Perubahan tersebut bergerak dari sifatnya yang subsisten ke arah pertukaran. Sistem produksi seperti ini dikontrol laki-laki dan pada saat yang sama laki-laki juga mengontrol hak-hak sosial perempuan. Solusi terhadap ketimpangan gender adalah menghapus kapitalisme karena kapitalisme memarginalisasikan hak-hak perempuan terhadap hal milik dan juga hak waris.

Pada perkembangannya setelah feminisme marxis munculah feminisme radikal dimana menilai perempuan dan laki-laki adalah spesies yang terpisah. Perbedaan yang semula berdasarkan faktor biologis, kemudian digenderkan oleh masyarakat sehingga pada akhirnya laki-laki menjadi berbeda dan mendominasi.

Perempuan adalah kelompok sosial yang berada di posisi penindasan paling bawah.

Setelah kemunculan feminisme radikal perkembangan feminis terus berlanjut dan berkembang menemui era baru menjadi feminisme sosialis yang timbul sebagai kritik terhadap feminisme Marxian, maka munculah feminisme sosialis. Pada saat feminisme Marxian menganggap bahwa sistem patriarki muncul pada waktu masyarakat mencapai tahap perkembangan kapitalisme, feminisme sosialis berpendapat bahwa sistem patriarki tersebut sudah ada sebelum kapitalisme.

Dalam perkembangannya feminisme sosialis memiliki paham yang sama dengan feminisme liberal dimana mereka beranggapan bahwa patriarki merupakan sumber lain dari penindasan perempuan. Feminisme liberal dipengaruhi paham individualisme yang menekankan pentingnya kebebasan, khususnya kebebasan dalam memilih. Gerakan feminisme ini adalah agar perempuan mendapatkan kontrol, baik terhadap tubuh dirinya maupun dalam dunia sosialnya.

Para feminis liberal menolak simbol-simbol gender yang melekat pada masing-masing jenis kelamin dan sosialisasi gender kepada anak-anak yang selama ini dilakukan. Mereka juga melihat kebanyakan *stereo type*, baik yang menyangkut laki-laki maupun perempuan dibentuk oleh budaya. Sebagaimana laki-laki, perempuan adalah makhluk yang rasional dan mempunyai kapasitas yang sama. Problem yang dihadapi perempuan lebih banyak disebabkan oleh banyaknya kebijakan Negara yang bias gender. Aliran ini juga mencari pendekatan kehidupan yang lebih autentik, individual, dan tidak direayasa.

Feminisme liberal berarti bahwa akar penindasan perempuan terletak pada tidak adanya hak yang sama, untuk memajukan dirinya dan peluang pembudayaan yang sama. Perempuan mendapat deskriminasi hak, kesempatan, kebebasannya karena ia perempuan. Perempuan juga dapat bekerja dan menopang kehidupan ekonomi keluarga. Perempuan tidak hanya berperan sebagai ibu rumah tangga, tetapi mereka juga dapat berperan ganda.

Pada penjelasan tentang patriarki dan juga feminisme dapat kita ketahui bahwa sebelum adanya perkembangan feminisme di Indonesia, tugas seorang laki – laki didalam rumah tangga adalah sebagai kepala keluarga yang membuat keputusan dan memiliki hak penuh terhadap perempuan dan anak – anak nya. Sedangkan tugas seorang perempuan adalah sebagai pihak kedua yang tunduk pada laki – laki dan memiliki keterbatasan dalam mengembangkan diri, namun setelah adanya feminisme yang kini mulai berkembang di Indonesia maka tugas perempuan mulai berubah dan memiliki kebebasan dalam mengembangkan diri dibidang pekerjaan. Selain itu dalam perkembangan nya feminisme juga menjadikan laki – laki memiliki posisi yang sama dalam melakukan pekerjaan rumah tangga, dimana kesetaraan yang menjadi landasan pada nilai feminisme mengedepankan tentang saling setara dan membantu pekerjaan dalam rumah tangga.

Hal seperti inilah yang menjadikan banyak pihak mulai berlomba untuk memperkenalkan konsep kesetaraan gender melalui banyak media maupun cara tertentu dalam dunia sehari – hari. Diharapkan dengan banyaknya gerakan

kesetaraan yang diperkenalkan pada masyarakat membuat kita bisa saling menghargai posisi masing – masing dari setiap individu.

Dari penjelasan tersebut dapat kita lihat bahwa sesungguhnya gerakan feminisme memiliki berbagai jenis dengan tataran waktu yang berbeda namun dengan tujuan yang sama yakni untuk mendapatkan kesetaraan antara laki – laki dan perempuan. Dengan adanya iklan kecap ABC dengan judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” diharapkan banyak masyarakat yang mulai mengerti tentang bagaimana menjadi pasangan yang saling mengerti tentang kesetaraan dalam hubungan rumah tangga.

Dalam periklanan masih banyak lagi yang dapat dilakukan para produsen untuk benar - benar menyakinkan para konsumen bahwa produk merekalah yang paling baik. Namun hal ini harus dengan dimbangi dengan strategi penjualan yang baik juga. Selain itu kini perusahaan juga mulai memanfaatkan internet untuk mengiklankan produk mereka, karena kemudahan dan banyaknya pengguna internet kini banyak perusahaan yang memilih internet sebagai media untuk mengiklankan produk mereka. Dengan memanfaatkan internet yang memiliki banyak pengguna perusahaan akan dimudahkan untuk memperkenalkan produk mereka dan membuat masyarakat lebih mengenal dan mengingat tentang informasi dari produk mereka.

Salah satu keunggulan strategi pemasaran dari produk kecap ABC yang juga di terapkan oleh produk yang lain ialah memberikan sebuah pesan moral dimana semua orang bisa memasak termasuk suami. Seorang suami sebaiknya membantu pekerjaan istrinya meskipun sang suami sudah bekerja seharian penuh, hal ini

dikarenakan kesetaraan dalam pernikahan sangatlah penting bagi rumah tangga dan keharmonisan pasangan karena saat ini istri tidak hanya melakukan pekerjaan rumah, dan mengurus anak tetapi para perempuan saat ini juga bekerja diluar rumah tetapi mereka tetap harus mengurus rumah, memasak dan mengurus anak – anak mereka.

Pesan bertujuan agar sebuah iklan tidak hanya mengandung konten yang berisi tentang produk dan spesifikasinya, namun juga sebuah konten iklan juga mengandung sebuah pesan moral yang dapat dimengerti oleh masyarakat. Seperti iklan kecap ABC yang berjudul “Kesetaraan dalam Pernikahan” memiliki pesan dan nilai – nilai feminisme dimana monolog yang diceritakan adalah tentang bagaimana seorang lelaki sebaiknya menghargai istrinya dan membantunya lebih baik dalam mengurus rumah tangga karena saat ini tugas seorang suami dan istri adalah saling membantu dan tidak merendahkan satu sama lain karena kesetaraan dalam rumah tangga sangatlah penting untuk menjaga keharmonisan rumah tangga.

Dengan ditayangkan iklan ini penulis bermaksud untuk lebih mendalami makna – makna yang ditampilkan dalam iklan kecap ABC dengan judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” memandang dengan pandangan dari sisi feminisme yang sesuai dengan keadaan di Indonesia dimana posisi perempuan saat ini memiliki arti penting bagi dirinya sendiri dan keluarga serta lingkungannya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka permasalahan yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah Bagaimana Representasi Nilai Feminisme Pada Iklan Video HeinzABC (Analisis Semiotika pada Video Iklan HeinzABC dengan Judul Kesetaraan dalam Pernikahan)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi nilai feminisme dalam iklan kecap ABC pada video iklan Kecap ABC di Kanal Youtube HeinzABC.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan memiliki implikasi langsung bagi pembacanya antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi khazanah perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang terkait dengan studi bidang kajian ilmu komunikasi khususnya bidang sosial dan politik.
2. Memberi wawasan keilmuan dan memperkaya kajian terhadap pengaplikasian teori semiotika pada media massa.
3. Memberikan pengembangan ilmu komunikasi melalui majalah serta dapat memberikan manfaat penggunaan semiotika khususnya metode semiotika Roland Barthes dalam proses pemaknaan iklan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Sebagai bahan informasi dan pembelajaran kepada masyarakat dalam memaknai visualisasi video iklan, terlebih dalam hal iklan video pada media online.
2. Memberikan kontribusi positif bagi masyarakat untuk memahami apa yang sedang terjadi dan berkembang pada lingkungan (sosial budaya) sekitarnya.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma dalam bahasa Inggris disebut dengan *pradigm*, dalam bahasa Latin disebut *paradeigma*, terdiri dari dua kata: *para* artinya di samping, dan *deiknumi* yang berarti pertunjukan (Sobur, 2015: 579). Paradigma merupakan perangkat kepercayaan dasar yang menjadi prinsip utama, pandangan tentang dunia yang menjelaskan pada penganutnya tentang alam dunia (Guba dalam Wibowo, 2013:36).

Paradigma adalah suatu kepercayaan atau prinsip dasar yang ada dalam diri seseorang tentang pandangan dunia dan membentuk cara pandangnya terhadap dunia. Paradigma dalam pandangan filosofis, memuat pandangan awal yang membedakan, memperjelas, dan mempertajam orientasi berpikir seseorang. Dengan demikian paradigma membawa konsekuensi praktis berperilaku, cara berpikir, interpretasi, dan kebijakan dalam pemilihan masalah (Wibowo 2013:40) Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis.

Konstruktivisme adalah suatu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah konstruksi (bentukan) kita sendiri, oleh karenanya

pengetahuan bukanlah suatu tiruan dari kenyataan (realitas). Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dengan objek komunikasi. Konstruktivisme menganggap subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya. Komunikasi dipahami, diatur dan dihidupkan oleh pernyataan-pernyataan yang bertujuan. Setiap pernyataan pada dasarnya adalah tindakan penciptaan makna, yakni tindakan pembentukan diri serta pengungkapan jati diri sang pembicara. Oleh sebab itu, analisis dapat dilakukan demi membongkar maksud dan makna tertentu dari komunikasi. Konstruktivisme berpendapat bahwa realitas bergantung. Perspektif konstruktivisme menganggap pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material. Penggunaan paradigma konstruktivis dalam penelitian ini dirasa tepat oleh peneliti.

Menurut Susilo (2018) Paradigma konstruktivisme memandang dunia sebagai sesuatu yang dikonstruksi, ditafsirkan, dan dialami oleh orang dalam interaksinya dengan sesama serta dalam sistem sosial yang lebih luas. Menurut paradigma ini sifat dasar penelitian adalah penafsiran, sedangkan tujuannya adalah untuk memahami fenomena tertentu. Bukan untuk melakukan generalisasi dari populasi. Penelitian pada paradigma ini bersifat alamiah karena diterapkan pada situasi dunia nyata. Karena itu, realitas yang diamati oleh seseorang tidak bisa digeneralisasikan kepada semua orang sebagaimana yang biasa dilakukan kalangan positivis. Dalam paradigma ini, hubungan antara pengamat dan objek merupakan satu kesatuan, subjektif dan merupakan perpaduan interaksi antara

keduanya. Atas dasar pengertian itulah maka peneliti menggunakan paradigma konstruktivis.

1.5.2 *State of The Art*

Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Aulia Muhammad, Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara Medan.	Feminisme Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Feminisme Dalam Iklan Fair & Lovely Versi “Nikah atau S2”) Televisi (2017)	Hasil penelitian ini menemukan bahwa iklan Fair & Lovely versi “Nikah atau S2” adalah iklan yang memuat feminisme dengan menampilkan upaya perempuan mendapatkan kesempatan dan hak yang sama dengan kaum laki-laki, terkhusus dalam hal pendidikan, dan ekonomi. Sosok perempuan melalui beberapa peran ditampilkan bijak dalam menghadapi masalah, juga memiliki peran sentral dalam keluarga meskipun masih terikat dengan tugas domestik.
Dwi Haryono Abdul Manan, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung	Representasi Feminisme dalam Iklan TV (Analisis Semiotika dalam Iklan TVC Mizone Fres’in Kesatria Semangat Versi Bulan Ramadan 2015) (2017)	Hasil Penelitian ini menemukan bahwa nilai-nilai feminisme yang ada pada level realitas melalui kode penampilan, pakaian, ekspresi, dan gerakan. Pada level representasi nilai-nilai feminisme ditunjukkan melalui kode kamera, suara, dialog, pemilihan pemain dan karakter. Pada level ideologi nilai feminisme yang terepresentasikan mewakili aliran feminisme liberal dimana perempuan mempunyai kesempatan dan hak-hak yang sama untuk memajukan dirinya.
Rara Prawitasari Kusumastuti, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Surabaya	Representasi Feminisme dalam Iklan "Fiesta Ultrasafe Kondom Versi Yesman" (Studi Analisis Semiotika Representasi Feminisme dalam iklan” fiesta ultrasafe kondom versi yesman” di televisi) (2011)	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan Fiesta Ultrasafe Kondom Versi yesman di televisi ini sarat akan muatan feminisme. Dari tag line iklannya, hingga cerita yang dibangun melalui paradigma dan sintagma baik pada level realitas maupun level representasi. Iklan televisi iklan Fiesta Ultrasafe Kondom Versi Yesman di televisi ini dapat mematahkan stereotip di masyarakat bahwa

		perempuan selalu menjadi warga kelas dua di belakang laki-laki, namun perempuan juga dapat melakukan aktivitas sama dengan laki-laki. Model perempuan dalam iklan ini dapat menunjukkan eksistensinya di dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya pelengkap atau warga kelas dua
--	--	--

Ketiga penelitian dalam tinjauan pustaka di atas, memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu menggunakan analisis semiotika model Roland Barthes untuk mencari dan menganalisis makna denotasi dan konotasi dari pesan yang ingin disampaikan di dalam iklan yang berkaitan dengan nilai Feminisme. Dalam penelitian ini yang membedakan dari penelitian terdahulu yaitu objek kajian, dimana pada penelitian ini objek yang dijadikan kajian adalah video iklan HeinzABC dengan Judul Kesetaraan dalam Pernikahan.

1.6 Teori Penelitian

1.6.1 Teori Feminisme

Menurut etimologinya, Feminisme berasal dari kata latin yaitu *femina* yang diterjemahkan dalam bahasa inggris sebagai *femine* berarti memiliki sifat-sifat sebagai perempuan yang kemudian ditambah kata “*isme*” yang dapat diartikan sebagai paham. Oleh sebab itu gerakan feminisme dapat diartikan sebagai kesadaran terhadap adanya diskriminasi, ketidakadilan dan subordinasi perempuan, dilanjutkan dengan upaya untuk mengubah keadaan tersebut menuju ke sebuah sistem masyarakat yang lebih adil (Karolus, 2013:4).

Menurut Ratna (2012:184) Feminisme adalah gerakan kaum wanita untuk menolak segala sesuatu yang dimarginalisasikan, disubordinasikan, dan

direndahkan oleh kebudayaan dominan, baik dalam bidang politik dan ekonomi maupun kehidupan sosial pada umumnya. Feminis menolak anggapan bahwa perempuan merupakan konstruksi negatif, perempuan sebagai makhluk takluk, perempuan yang terjatuh dalam dikotomi sentral marginal, superior, inferior. Feminis menentang pandangan yang sudah diterima umum tentang dunia dan bagaimana pandangan-pandangan tersebut dikonstruksikan. Feminis menekankan bahwa pemahaman aspek-aspek sosial dan biologi harus dikembangkan dan disebarluaskan terutama oleh laki-laki.

Menurut Ratna (2012:188) Teori Feminis mencoba memberikan jalan tengah, untuk menemukan keseimbangan agar kedua pihak (laki-laki dan perempuan) memperoleh makna yang sesuai dengan kondisinya dalam masyarakat. Karena pada dasarnya tujuan feminis adalah keseimbangan, interelasi gender. Dalam mencapai kesetaraan seksual atau keadilan gender, maka masyarakat harus memberikan perempuan hak politik dan kesempatan, serta pendidikan yang sama dinikmati oleh laki-laki. Melalui hak dan kesempatan yang sama itulah perempuan dapat mengoptimalkan potensinya untuk dapat setara dengan laki-laki.

1.6.2 Feminisme sebagai Perspektif Gender

Diawali dengan penjabaran tentang istilah gender dan seks, yang sebenarnya hampir semua orang sudah mengetahuinya. Istilah gender berbeda dengan istilah seks, gender merujuk pada perbedaan karakter perempuan dan laki-laki berdasarkan konstruksi sosial budaya, yang berkaitan dengan sifat, status, posisi dan peranannya dalam masyarakat. Sedangkan istilah seks merujuk pada perbedaan jenis kelamin perempuan dan laki-laki secara biologis terutama yang

terkait dengan prokreasi dan reproduksi. Ciri biologis tersebut bersifat bawaan, permanen dan tidak dapat dipertukarkan (Ratna & Halznet, 2009).

Perbedaan gender yang juga disebut sebagai perbedaan jenis kelamin secara sosial budaya terkait erat dengan perbedaan secara seksual, karena dia merupakan produk dari pemaknaan masyarakat pada sosial budaya tertentu tentang sifat, status, posisi dan peran laki-laki dan perempuan dengan ciri-ciri biologisnya (Fakih, 2006). Pada hakekatnya perbedaan gender tidak menjadi masalah ketika tidak menjadi persoalan sosial budaya, yaitu adanya ketidaksetaraan gender yang kemudian melahirkan berbagai bentuk ketidakadilan dan penindasan terhadap jenis kelamin tertentu (biasanya perempuan).

Pada kenyataannya perbedaan gender telah melahirkan banyak ketidakadilan, tidak hanya bagi perempuan tetapi bagi laki-laki juga. Laki-laki yang mendapat *stereotype* sebagai makhluk perkasa, pencari nafkah, pelindung terhadap perempuan sebagai makhluk lemah dituntut oleh budaya untuk menjadi kuat, bekerja keras, dan harus selalu bersifat rasional. Bisa jadi ini menjadi penyebab utama rendahnya usia hidup laki-laki dibandingkan dengan perempuan (Subhan, 2006). Ketidakadilan gender ini biasanya bermula dari kesenjangan gender dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam akses pendidikan dan sumber ekonomi. Hal ini karena adanya *stereotype* bahwa perempuan lemah, dan hanya bisa menerima. Karena adanya mitos bahwa sperma sebagai sumber kehidupan dan perempuan hanya mampu menerima saja.

Ketidakadilan gender termanifestasi dalam bentuk *stereotype*, subordinasi, marginalisasi, peran ganda dan kekerasan (Fakih, 2006). Manifestasi

ketidakadilan ini saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan. *Stereotype* adalah suatu konsep yang berkaitan dengan konsep peran, tetapi berbeda. Stereotipe dapat dilukiskan sebagai ‘gambaran kepala kita’ dan terdiri dari sejumlah sifat dan harapan yang berlaku bagi suatu kelompok. Dapat saja gambaran tersebut tidak akurat karena stereotipe merupakan suatu generalisasi tentang sifat-sifat yang dianggap dimiliki oleh orang-orang tertentu tanpa perlu didukung oleh fakta objektif. misalnya perempuan lemah, emosional, bertugas sebagai ibu rumah tangga.

Stereotipe memberi arah pada perilaku seseorang karena sering kali menentukan cara seorang memandang suatu kelompok, atau cara seorang berinteraksi dengan orang lain (Ihromi, 2011). Subordinasi perempuan adalah diskriminasi terhadap perempuan dalam bidang kekuasaan dan pengambilan keputusan. Karena sebagai makhluk nomor dua, perempuan berada dibawah dominasi kaum laki-laki, dan haknya untuk melakukan dan memperoleh posisi tawar, kepemimpinan dan keputusan sering tidak diakui. Sikap tersebut menimbulkan marginalisasi dari sikap tidak menaganggap penting dan eksistensi perempuan sehingga akses terhadap pendidikan dan sumber ekonomi misalnya dinomorduakan, marginalisasi menyebabkan kemiskinan terhadap perempuan.

Peran ganda terjadi ketika adanya anggapan pekerjaan rumah tangga merupakan kewajiban perempuan sebagai isteri dan disisi lain dia bekerja di sektor publik. Sementara laki-laki sebagai suami tidak demikian adanya. Pelanggaran ketidakadilan gender tersebut terjadi melalui proses sosialisasi nilai-nilai dalam masyarakat, pendidikan tafsir agama, dan peraturan pemerintah.

Tetapi hal tersebut bisa diubah dengan usaha yang sistematis. Untuk itu gender yang dapat dipahami sebagai konsep tentang peran dan relasi antara perempuan dan laki-laki produk dari sebuah konstruksi sosial budaya dapat dikembangkan menjadi alat analisis dan perspektif dalam melihat, mengungkap serta mengurangi adanya fenomena gender dalam masyarakat beserta persoalan-persoalan yang muncul karenanya (Mandy, 2002).

Secara umum dapat disebutkan bahwa tujuan perjuangan feminisme adalah mencapai kesetaraan, harkat dan kebebasan perempuan dalam memilih dan mengelola kehidupan dan tubuhnya, baik di dalam maupun di luar rumah tangga (Komaruddin, 2010). Dengan demikian, keadilan gender dapat diartikan bahwa laki-laki dan perempuan mendapatkan status yang sama. Mereka mempunyai hak sama untuk merealisasikan hak-hak dan potensinya untuk memberi kontribusi pada politik, sosial, dan budaya serta dapat menikmati hasil dari perkembangan itu.

1.6.3 Aliran – Aliran Feminisme

Feminisme merupakan sebuah gerakan memperjuangkan hak-hak perempuan dan penyetaraan gender agar perempuan dapat keluar dari ketidakadilan yang terjadi. Feminisme telah melewati sejarah yang begitu panjang dimana banyak para ahli yang berkecimpung di dalam menemukan teori-teori baru. Feminisme telah berkembang dengan paradigma berfikir manusia yang menitik beratkan perhatiannya pada perempuan. Adapun beberapa pembagian aliran feminisme, yaitu:

1. Feminisme Marxis

Feminisme marxis adalah sebuah studi yang melihat isu-isu perempuan dalam kerangka kritik kapitalisme dan patriarki. Feminisme Marxis percaya bahwa penindasan perempuan bukan hasil tindakan yang disengaja dari satu individu, tapi karena adanya struktur politik, ekonomi dan kehidupan sosial. Struktur politik karena adanya relasi kekuasaan yang menempatkan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan, sedangkan struktur ekonomi karena adanya sistem kapitalisme yang mementingkan keuntungan sebesar-besarnya dengan pengeluaran yang sekecil-kecilnya sehingga kaum yang memiliki modal akan melakukan operasi dan diskriminasi demi meraih keuntungan tersebut.

Struktur kehidupan sosial terdiri dari kelas sosial yang berbeda dan terbagi menjadi “*have*” dan “*have not*.” Mereka yang memiliki alat produksi (*means of production*) atau dikenal juga dengan kaum borjuis memiliki kekuasaan untuk mengatur dan mengontrol “*have not*” atau kaum proletar (Tyson, 2006). Dalam perspektif feminisme Marxis kedua sistem tersebut, patriarki dan kapitalisme saling terkait dalam hubungan yang rumit dan keduanya merupakan sistem yang memberikan penindasan terhadap perempuan.

Selain dari sistem patriarki, ketertindasan perempuan juga terjadi karena adanya faktor dari sistem kapitalisme. Menurut Marx (1991), Kapitalisme merupakan suatu sistem hubungan kekuasaan dan juga hubungan pertukaran, kapitalisme dipandang sebagai suatu sistem pertukaran, dimana sistem tersebut dikendalikan oleh orang yang memiliki kekuasaan, dengan tujuan memperoleh

keuntungan. Kapitalisme juga dipandang sebagai eksploitasi secara seksual dan ekonomi.

Sistem kapitalisme yang menerapkan bahwa semua dinilai dari materi dan produktivitas. Faktor penindasan feminisme marxist, secara garis besarnya diakibatkan oleh sistem ekonomi. Sistem ekonomi tersebut dipandang sebagai mengeksploitasi perempuan antara lain menjadi tenaga kerja murah. Selain itu, Perempuan juga dianggap tidak produktif karena perempuan memiliki kecenderungan untuk cuti melahirkan dan cuti haid sehingga pekerjaan yang tersedia untuk perempuan biasanya adalah pekerjaan yang tidak memiliki jenjang karir yang tinggi.

Sementara itu, feminis marxist juga berpendapat bahwa perempuan harus memiliki kekuatan ekonomi untuk dapat keluar dari opresi laki-laki atau ketergantungan secara financial terhadap laki-laki. Oleh sebab itu, feminisme marxist mendorong perempuan untuk berjuang. Adapun perjuangan yang dilakukan oleh perempuan untuk membebaskan diri dari penindasan tersebut adalah dengan cara bekerja, seperti yang dilakukan oleh laki-laki. Dengan begitu mereka pada akhirnya bisa memperoleh kebebasan secara ekonomi.

2. Feminisme Radikal

Feminisme radikal menilai perempuan dan laki-laki adalah spesies yang terpisah. Perbedaan yang semula berdasarkan faktor biologis, kemudian digenderkan oleh masyarakat sehingga pada akhirnya laki-laki menjadi berbeda dan mendominasi. Perempuan adalah kelompok sosial yang berada di posisi penindasan paling bawah.

Aliran ini muncul di permulaan abad ke-19 dengan mengangkat isu besar, menggugat semua lembaga yang dianggap merugikan perempuan seperti lembaga patriarki yang dinilai merugikan perempuan, karena term ini jelas-jelas menguntungkan laki-laki. Lebih dari itu, diantara kaum feminis radikal ada yang lebih ekstrem, tidak hanya menuntut persamaan hak dengan laki-laki tetapi juga persamaan “seks”, dalam arti kepuasan seksual juga bisa diperoleh dari sesama perempuan sehingga mentolerir praktek lesbian.

Menurut kelompok ini, perempuan tidak harus tergantung pada laki-laki, bukan saja dalam hal pemenuhan kepuasan kebendaan tetapi juga pemenuhan kebutuhan seksual. Aliran ini juga mengupayakan pembenaran rasional gerakannya dengan mengungkapkan fakta bahwa laki-laki adalah masalah bagi perempuan. Laki-laki selalu mengeksploitasi fungsi reproduksi perempuan sebagai dalih. Ketertindasan perempuan berlangsung cukup lama dan dinilainya sebagai bentuk penindasan yang teramat panjang di dunia.

Yang menjadi inti perjuangan semua aliran feminisme tersebut di atas ialah berupaya memperjuangkan kemerdekaan dan persamaan status dan peran sosial antara laki-laki dan perempuan sehingga tidak lagi terjadi ketimpangan jender di dalam masyarakat. Perjuangan ini bergerak dalam berbagai level kehidupan masyarakat, sosial, budaya, hingga hukum. Infiltrasi feminisme dalam hukum menjelaskan betapa pentingnya menempatkan perspektif tersebut dalam kerangka melindungi dan menghargai hak-hak perempuan serta menempatkannya pada posisi yang setara dengan laki-laki.

3. Feminisme Sosialis

Feminis sosialis menekankan pada aspek gender dan ekonomis dalam penindasan atas kaum perempuan. Perempuan dapat dilihat sebagai penghuni kelas ekonomi dalam pandangan Marx dan “kelas seks”, sebagaimana disebut oleh Firestone. Artinya, perempuan menampilkan pelayanan berharga bagi kapitalisme baik sebagai pekerja maupun istri yang tidak menerima upah atas kerja domestik mereka (Sjahrir, 1993). Dalam feminis sosialis perempuan tereksplotasi oleh dua hal yaitu sistem patriarki dan kapitalis. Feminisme sosialis muncul sebagai kritik terhadap feminisme Marxis. Aliran ini mengatakan bahwa patriarki sudah muncul sebelum kapitalisme dan tetap tidak akan berubah jika kapitalisme runtuh. Kritik kapitalisme harus disertai dengan kritik dominasi atas perempuan (Ihromi, 2011).

Feminis sosialis mulai dikenal sejak tahun 1970an. Menurut Jagger di dalam Launer, mazhab ini merupakan sintesa dari pendekatan historis-materialis dan Engels dengan wawasan “*The Personal Is Political*” dari kaum feminis radikal (Fakih, 2006). Meskipun mendukung sosialis, feminis sosialis kurang puas dengan analisis Marx Engels yang tidak menyapa penindasan dan perbudakan terhadap wanita.

Feminis sosialis mengatakan bahwa kapitalisme dan patriarki merupakan ideologi yang menyebabkan terjadinya penindasan terhadap kaum wanita. Hal ini terungkap dalam dua teori yang dikembangkan perspektif ini yaitu teori sistem ganda dan teori sistem menyatu, Teori sistem ganda memandang persoalan penindasan kaum wanita dari dua ideologi yang berbeda yaitu

kapitalisme dan patriarki. Sedangkan teori sistem menyatu adalah gabungan dari berbagai konsep mengenai apa yang menyebabkan penindasan terhadap kaum wanita di masyarakat (Tong, 2006).

Menurut Karl Marx, di dalam Saulnier, kondisi material atau ekonomi merupakan akar kebudayaan dan organisasi sosial. Cara-cara hidup manusia merupakan hasil dari apa yang mereka produksi dan bagaimana mereka memproduksinya. Sedangkan menurut Engels wanita dan laki-laki memiliki peranan-peranan penting dalam memelihara keluarga inti. Namun karena tugas-tugas tradisional wanita mencakup pemeliharaan rumah dan menyiapkan makanan, sedangkan tugas laki-laki mencari makanan. Maka laki-laki memiliki akumulasi kekayaan yang lebih besar ketimbang wanita. Akibatnya, posisi wanita menjadi lebih lemah.

Teori feminisme sosialis muncul untuk menciptakan posisi yang sederajat dengan kepentingan modal dan kekuasaan. Feminis sosialis menuntut keadilan dari kelas borjuis yang memiliki modal untuk tidak membedakan mereka dengan laki-laki dalam pemberian upah, dan memberi kesempatan bagi mereka untuk cuti kerja sesuai dengan kebutuhan, seperti cuti hamil, dan menyusui anak. Salah satu isu sentral yang dibahas feminis sosialis adalah menelaah hubungan antara kerja domestik dengan kerja upahan atau dalam sosiologi lebih suka menyebutnya antara keluarga dan kerja.

Ada beberapa inti pemikiran feminisme sosialis yaitu:

- a) Wanita tidak dimasukkan dalam analisis kelas, karena pandangan bahwa wanita tidak memiliki hubungan khusus dengan alat-alat produksi.

- b) Ide untuk membayar wanita atas pekerjaan yang dia lakukan di rumah. Status sebagai ibu rumah tangga dan pekerjaannya sangat penting bagi berfungsingnya sistem kapitalis.
- c) Kapitalisme memperkuat sexism, karena memisahkan antara pekerjaan bergaji dengan pekerjaan rumah tangga (*domestik work*) dan mendesak agar wanita melakukan pekerjaan domestik. Akses laki-laki terhadap waktu luang, pelayanan-pelayanan personal dan kemewahan telah mengangkat standar hidupnya melebihi wanita. Karenanya, laki-laki menjadi anggota patriarki. Tenaga kerja wanita kemudian menguntungkan laki-laki sekaligus kapitalisme.

Feminisme sosialis juga mengemukakan bahwa penindasan struktural yang terjadi pada perempuan meliputi dua hal, yaitu penindasan di bawah kapitalis dan penindasan di bawah patriarki, yang kemudian menjadi penindasan kapitalis patriarki atau disebut dominasi (Fakih, 2011). Prinsip dasar dalam teori feminis sosialis adalah materialis historis yang mengaju pada posisi bahwa kondisi material kehidupan manusia, termasuk aktivitas dan hubungan yang menciptakan kondisi itu adalah faktor kunci yang menentukan pola pengalaman manusia, kepribadian, dan tatanan sosial, kondisi itu berubah sepanjang waktu karena dinamika yang terdapat di dalamnya. Feminisme sosialis adalah gerakan untuk membebaskan para perempuan melalui perubahan struktur patriarki. Perubahan struktur patriarki bertujuan agar kesetaraan gender dapat terwujud.

Asumsi yang digunakan oleh feminisme sosialis adalah bahwa dalam masyarakat, kapitalis bukan satu-satunya penyebab utama keterbelakangan wanita sebagai wanita. Mereka mengatakan faktor gender, kelas, ras, individu atau kelompok dapat juga berkontribusi bagi keterbelakangan wanita (Tong, 2006). Seorang laki-laki kelas menengah harus tau garis keturunannya sendiri agar pembagian harta dan warisan tidak disalahgunakan. Dalam derajat tertentu, sejauh keluarga tersebut tidak memiliki tenaga pembantu rumah tangga, kontrol atas tenaga kerja sebenarnya juga penting karena pekerjaan rumah tangga yang dilakukan istri memungkinkan laki-laki untuk keluar rumah mencari upah. Apalagi tenaga kerja perempuan tidak dikontrol dengan baik (dalam arti dibatasi untuk tidak keluar mencari penghasilan sendiri), pertama statusnya akan merosot karena ia dianggap tidak bisa menghidupi istri, kedua, ia harus mengerjakan pekerjaan rumah tangga yang berarti ia tidak bisa memenuhi fungsinya sebagai pencari nafkah keluarga.

Bagi laki-laki kelas bawah, karena tidak adanya harta untuk diwariskan, soal penjagaan garis keturunan bukan merupakan masalah yang terlalu diprioritaskan. Kaum perempuan kelas bawah, walaupun umumnya juga harus melakukan pekerjaan rumah juga dibutuhkan untuk memperoleh penghasilan karena upah suami umumnya tak cukup untuk menghidupi satu keluarga. Seperti yang dijelaskan feminisme sosialis bahwa kerja domestik perempuan adalah inti dari reproduksi tenaga kerja baik secara fisik (memberi makan, berpakaian, mengasuh, dan lain-lain). Artinya, perempuan menciptakan persediaan tenaga kerja yang murah dan fleksibel bagi kapitalisme yang lebih

mudah dikembalikan ke rumah ketika dikehendaki. Jadi yang menjadi inti dari kapitalisme sosialis adalah penekanan kepada ”peran ganda” (kerja domestik dan kerja upahan).

Lebih mendalam lagi bahwa kaum perempuan mempunyai 2 beban yakni di wilayah rumah mengurus keluarga dan harus bekerja. Beban kerja perempuan lebih berat dari pada laki-laki yang disebabkan oleh pelabelan perempuan sebagai makhluk domestik. Mereka harus benar-benar bisa membagi waktu antara keluarga dan bekerja sebagai buruh pabrik. Kita dapat melihat kehidupan keluarga pekerja pabrik, perempuan tidak hanya bekerja di ranah rumah tangga (mencuci, mengurus anak dan suami, memasak, menyapu) akan tetapi juga bekerja di ranah publik (sebagai pekerja pabrik) karena penghasilan suami tidak cukup dalam memenuhi kebutuhan keluarga dan mengharuskan mereka bekerja sebagai pekerja pabrik.

4. Feminisme Liberal

Feminisme liberal adalah salah satu aliran feminisme yang mengusung adanya persamaan hak untuk perempuan dapat diterima melalui cara yang sah dan perbaikan perbaikan dalam bidang sosial, dan berpandangan bahwa penerapan hak-hak wanita akan dapat terealisasi jika perempuan disejajarkan dengan laki-laki. Hal tersebut seiring dengan beberapa sumber teori mengenai feminisme liberal.

Tokoh aliran ini antara lain Margaret Fuller (1810-1850), Harriet Martineau (1802-1876), Anglina Grimke (1792-1873), dan Susan Anthony (1820-1906). Dasar pemikiran kelompok ini adalah semua manusia, laki-laki

dan perempuan, diciptakan seimbang dan serasi dan mestinya tidak terjadi penindasan antara satu dengan yang lainnya.

Feminisme liberal diinspirasi oleh prinsip-prinsip pencerahan bahwa laki-laki dan perempuan samasama mempunyai kekhususan-kekhususan. Secara ontologis keduanya sama, hak-hak laki-laki dengan sendirinya juga menjadi hak perempuan. Meskipun dikatakan feminisme liberal, kelompok ini tetap menolak persamaan secara menyeluruh antara laki-laki dan perempuan. Dalam beberapa hal, terutama yang berhubungan dengan fungsi reproduksi, aliran ini masih tetap memandang perlu adanya pembedaan (*distinction*) antara laki-laki dan perempuan. Bagaimanapun juga, fungsi organ reproduksi bagi perempuan membawa konsekuensi logis di dalam kehidupan bermasyarakat.

Apa yang disebut sebagai feminisme liberal ialah pandangan untuk menempatkan perempuan yang memiliki kebebasan secara penuh dan individual. Aliran ini menyatakan bahwa kebebasan dan kesamaan berakar pada rasionalitas dan pemisahan antara dunia pribadi dan umum. Setiap manusia mempunyai kapasitas untuk berpikir dan bertindak secara rasional, terutama pada perempuan, akar ketertindasan dan keterbelakangan pada perempuan ialah karena disebabkan oleh kesalahan perempuan itu sendiri. Perempuan harus mempersiapkan diri agar mereka bisa bersaing di dunia dalam kerangka persaingan bebas dan punya kedudukan setara dengan laki-laki.

Tong (2006) menyatakan bahwa tujuan umum dari feminisme liberal adalah untuk menciptakan masyarakat yang adil dan peduli tempat kebebasan

berkembang. Hanya dalam masyarakat seperti itu, perempuan dan juga laki-laki dapat mengembangkan diri. Feminisme liberal berpandangan bahwa kaum perempuan harus mempersiapkan dirinya untuk dapat mensejajarkan kedudukannya dengan laki-laki dengan cara mengambil berbagai kesempatan yang menguntungkan serta mengenyam pendidikan, mengingat bahwa perempuan adalah makhluk yang rasional dan bisa berpikir seperti laki-laki.

Feminisme liberal menginginkan kebebasan untuk kaum perempuan dari opresi, patriarkal, dan gender. Aliran ini juga mencakup 2 bentuk pemikiran politik yaitu *Clasical Liberalism* dan *Welfare Liberalism*. *Classical Liberalism* percaya bahwa idealnya, negara harus menjaga kebebasan rakyatnya, dan juga memberi kesempatan kepada individu-individu untuk menentukan kepemilikannya. Disisi lain, *Welfare Liberalism*, percaya bahwa Negara harus fokus akan keadilan ekonomi daripada kemudahan-kemudahan untuk kebebasan sipil. Mereka menganggap program pemerintah seperti keamanan sosial dan kebebasan sekolah sebagai cara untuk mengurangi ketidakadilan dalam masyarakat sosial. Baik *classical* maupun *Welfare Liberalism* percaya bahwa campur tangan pemerintah dalam kehidupan pribadi mereka tidaklah dibutuhkan. (Tong: 2006).

Feminisme liberal juga menciptakan dan mendukung perundang-undangan yang menghapuskan halangan-halangan pada perempuan untuk maju. Perundang-undangan ini memperjuangkan kesempatan dan hak untuk perempuan, termasuk akses yang mudah dan setaranya upah yang diterima oleh perempuan dengan laki-laki.

1.6.4 Iklan

Menurut Keegan dan Green (dalam Rahman, 2012:21) iklan adalah sebagai pesan-pesan yang unsur seni, teks/tulisan, judul, foto-foto, tageline, unsur-unsur lainnya yang telah dikembangkan untuk kesesuaian mereka. Alexander mendefinisikan iklan sebagai setiap bentuk komunikasi nonpersonal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh suatu sponsor yang diketahui (dalam Morisson, 2010:17). Nonpersonal dalam hal ini iklan melibatkan media massa seperti televisi, radio, majalah, maupun surat kabar dalam mengirimkan pesannya kepada orang banyak pada saat bersamaan. Sejumlah biaya yang dibayar diperuntukkan untuk sewa kolom surat kabar atau majalah, slot waktu untuk televisi dan radio, juga sewa ruang untuk media luar ruang seperti reklame. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan sarana yang mendukung penjualan barang atau jasa dengan menggunakan media yang dibayar oleh pihak pengiklan.

Media yang digunakan dapat berupa media cetak seperti surat kabar, majalah, dan tabloid atau media elektronik yakni radio dan televisi ataupun internet. Iklan di media massa mampu menciptakan suatu daya tarik simbolik dan juga citra merek bagi perusahaan atau merek. Hal ini menjadi penting ketika suatu produk yang sulit dibedakan dari segi kualitas maupun fungsinya dengan produk saingannya. Untuk itu, para pemasang iklan harus mempertimbangkan bagaimana audiens akan menginterpretasikan dan memberikan respon terhadap pesan iklan yang dimaksud, pemasang iklan harus bisa sedemikian rupa memosisikan produknya di mata konsumen. Dalam konteks pemasaran, iklan merupakan

elemen pemasaran yang sangat penting dan merupakan ujung tombak dalam menunjang keberhasilan pemasaran. Melalui iklanlah pada umumnya konsumen mengetahui keberadaan suatu produk. Tidaklah mengherankan kalau kemudian dikatakan bahwa iklan merupakan salah satu jembatan komunikasi yang menghubungkan antara produsen dengan konsumen.

Dalam upaya memberikan informasi atau mempersuasi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkan, iklan tidak akan terlepas dari prinsip-prinsip komunikasi pada umumnya. Kegiatan perancangan iklan akan selalu dimulai dengan mempelajari atau mengidentifikasi berbagai hal yang berkaitan dengan konsumennya. Dalam konteks inilah faktor-faktor yang bersifat sosiologis, psikologis, antropologis dari konsumen akan menjadi pertimbangan utama dalam proses eksplorasi ide ataupun proses kreatif pembuatan sebuah iklan. Faktor-faktor ini akan membentuk suatu rumusan iklan yang secara sinergis akan mempengaruhi konsumen untuk bertindak sebagaimana yang diharapkan oleh produsen atau perencana iklan.

Iklan memberikan kepada kita sebuah gambaran tentang proses komunikasi sebuah iklan dibentuk oleh tiga sumber utama yaitu lembaga periklanan, konsultan kreatif yang membuat iklan dan media massa yang menampilkan pesan-pesan yang terstruktur dalam iklan. Di dalam iklan terdapat berbagai pengetahuan tentang makna, nilai-nilai, ideologi, kebudayaan dan sebagainya, Dalam kaitannya dengan nilai-nilai budaya, iklan sebagai salah satu bentuk komunikasi massa merupakan agen penyebar nilai-nilai budaya dalam masyarakat. Dalam banyak hal nilai-nilai budaya yang terekspresikan dalam iklan sering menjadi acuan perilaku

bagi sebagian anggota masyarakat. Dalam konteks inilah nilai- nilai budaya dalam iklan dipandang sebagai suatu bentuk yang sengaja dikonstruksikan dan ditransformasikan kepada masyarakat sebagai target penyebaran budaya massa.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif kualitatif. Menurut Bogdan dan Bikle (dalam Kaelan, 2012:5) metode penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang mengkaji data deskriptif berupa kata-kata dari orang-orang dan perilaku yang diamati dalam penelitian yang berhubungan dengan makna, nilai serta pengertian.

1.7.2 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah fokus pada analisis semiotika Representasi Nilai Feminisme Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan”

1.7.3 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan”.

1.7.4 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data berupa teks atau kata-kata, suara, adegan dan properti yang digunakan dalam Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan”.

1.7.5 Sumber Data

1.7.5.1 Data Primer

Data Primer penelitian diperoleh dengan melakukan pengamatan terhadap Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan”.

1.7.5.2 Data Sekunder

Data Sekunder penelitian diperoleh dari sumber lain selain isi pesan yang terdapat di dalam iklan, seperti kutipan dari buku, sumber daring, dan lainnya.

1.7.6 Teknik Pengumpulan Data

1.7.6.1 Teknik Observasi

Dalam melakukan penelitian, peneliti akan menggunakan teknik observasi yang berupa teknik observasi tidak langsung. Menurut pendapat yang telah dijelaskan Margono (dalam Fitrianti. 2016: 49) teknik observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap suatu gejala yang terlihat pada objek yang sedang diteliti. Observasi tidak langsung yaitu jenis observasi yang dilakukan tidak pada saat berlangsungnya suatu kejadian atau peristiwa yang akan diteliti, contohnya adalah dilakukan melalui pengamatan film, rangkaian slide atau foto-foto (Fitriyanti.2016: 49).

1.7.6.2 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik atau privat. Dokumen publik misalnya: laporan, berita surat kabar, acara TV, dan lainnya. Dokumen privat misalnya: memo, surat – surat pribadi, catatan pribadi, dan lainnya (Kriyantono 2009: 118). Di dalam penelitian

ini, peneliti menggunakan teknik dokumentasi publik yaitu melalui Televisi dan internet.

1.7.6.3 Studi pustaka

Studi pustaka yaitu teknik untuk mengumpulkan data dengan cara memperbanyak membaca buku, jurnal, internet, karya – karya ilmiah, setelah itu data – data yang ada didalamnya di analisis. Sehingga teknik ini juga sangat mendukung peneliti. Menurut George (dalam Djiwandono. 2015: 27), Studi Pustaka atau *library research* adalah suatu proses pencarian sumber-sumber atau opini pakar mengenai hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Artinya, studi pustaka dapat diterjemahkan dengan suatu pengkajian beberapa sumber pustaka (secara umum terdapat di perpustakaan) yang berkaitan dengan variabel-variabel utama atau sebuah topik di dalam penelitian.

1.7.7 Analisis dan Interpretasi Data

Teknis analisis yang digunakan untuk menganalisis Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes dengan tujuan untuk mengetahui representasi nilai feminisme yang terdapat di dalam Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan”, cara yang digunakan yaitu dengan mengurai data dengan menganalisis simbol yang menjadi tanda dalam Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan”. Berikut adalah peta tanda pola tiga dimensi dari Roland Barthes.

Gambar 1.1 Peta Tanda Rholand Barthes

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)	
3. Denotative sign (Tanda Denotatif)		
4. Connotative Signifier (Penanda Konotatif)	5. Connotative Signified (Petanda konotatif)	
5. Connotative Sign (Tanda Konotatif)		

Sumber : (Sobur, 2015: 69)

Dari peta di atas terlihat bahwa tanda denotatif (3) terdiri atas penanda (1) dan petanda (2). Akan tetapi, pada saat bersamaan, tanda denotatif adalah juga penanda konotatif (4). Dengan kata lain, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya (Sobur, 2015:69).

Dengan adanya peta tanda tersebut dapat memudahkan peneliti dalam menganalisis Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” dengan mengetahui makna denotasi dan makna konotatif yang ada di dalam iklan tersebut. Konotasi merupakan istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal ini menggambarkan interaksi yang terjadi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi dari pembaca serta nilai-nilai dari kebudayaannya. Konotasi bekerja pada tingkat subjektif, sehingga kehadirannya tidak disadari. Pemilihan kata-kata kadang merupakan pilihan terhadap konotasi. Makna konotatif adalah makna denotatif ditambah dengan segala gambaran, ingatan, perasaan, atau emosi, serta nilai-nilai dari kebudayaan pengamat tanda. Dan bagi Barthes faktor penting dalam konotasi adalah penanda dalam tatanan pertama.

Untuk mempermudah peneliti dalam hal memaknai potongan gambar maupun suara dalam iklan ini, maka peneliti akan memaknai gambar maupun visual yang memiliki makna feminisme secara baik dan teliti sehingga penelitian ini lebih tepat sasaran. Hal yang dilakukan selanjutnya dengan meneliti iklan Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” dengan menggunakan pendekatan semiologi Roland Barthes. Peneliti akan mengambil unit-unit analisis berdasarkan level tanda, denotasi, konotasi dan mitos. Peneliti tidak akan membatasi level tanda, denotasi, konotasi dan mitos yang akan diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan hendak mencari level tanda, denotasi, konotasi dan mitos yang mampu merepresentasikan feminisme dalam iklan Iklan Video HeinzABC dengan Judul “Kesetaraan dalam Pernikahan” sehingga peneliti akan dapat menunjukkan makna pesan yang ingin disampaikan melalui anda-tanda yang dikonstruksikan.

1.7.8 Kualitas Data

Kualitas data dalam lebih menunjukkan pada tingkat sejauh mana data yang diperoleh telah secara akurat mewakili realitas atau gejala yang diteliti (Pawito, 2008: 97). Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji kredibilitas (derajat kepercayaan) salah satu caranya dengan proses triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. (Sugiyono, 2008: 273).

Jenis triangulasi yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Selain itu, peneliti juga menggunakan triangulasi teori untuk mempertajam analisis yang dilakukan peneliti. Triangulasi teori memanfaatkan teori yang diperlukan untuk rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif (Sugiyono, 2008: 274).