

**SUPERIORITAS PEREMPUAN PADA IKLAN MEDIA DIGITAL
YOUTUBE (SEMIOTIKA KRITIS TRAVELIO VERSI RINGGO
FAMILY)**

DIMAS RAFI SANTOSO

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas superioritas wanita pada iklan Travelio versi Ringgo *Family*. Untuk mengetahui tindakan yang berkaitan dengan superioritas perempuan serta makna yang mengacu pada superioritas perempuan dengan menggunakan teori semiotika Julia Kristeva, teori interpretasi Paul Ricoeur dan teori feminist stand point Nancy Hartsock.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, metode penelitian kualitatif adalah metode yang memiliki landasan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti objek alamiah, peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/kualitatif dan lebih menekankan pada makna dari pada generalisasi. Metode ini juga digunakan untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan mengandung makna.

Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya tindakan superioritas perempuan yang terdapat di dalam iklan Travelio Ringgo *Family* berupa tindakan dan sifat yang lebih mendominasi pada diri Sabai selaku istri daripada Ringgo. Tindakan tersebut tertuang dalam 5 *scene* dari total keseluruhan iklan yang berdurasi 1:34 menit. Unsur feminisme yang terdapat pada iklan adalah feminisme postmodern.

Kata kunci: Superioritas perempuan, Semiotika, Feminisme.

**SUPERIORITAS PEREMPUAN PADA IKLAN MEDIA DIGITAL
YOUTUBE (SEMIOTIKA KRITIS TRAVELIO VERSI RINGGO
FAMILY)**

DIMAS RAFI SANTOSO

ABSTRACT

This study aims to discuss the superiority of women in the *Ringgo Family*. To find out the symbols related to women's superiority and the meaning that refers to women's superiority, we use Julia Kristeva's semiotic theory, Paul Ricoeur's interpretation theory and Nancy Hartsock's stand point feminist theory.

The method in this study uses qualitative methods, qualitative research methods are methods that have a foundation in the philosophy of postpositivism, are used to examine natural objects, researchers are the key instrument, data collection techniques are carried out by triangulation, data analysis is inductive/qualitative and emphasizes the meaning of on generalizations. This method is also used to obtain more in-depth and meaningful data.

The final result of this research shows that there is an act of female superiority contained in the *Travelio Ringgo Family* the form of actions and traits that are more dominant in Sabai as a wife than Ringgo. The action is contained in 5 *scenes* from the total ad duration of 1:34 minutes. The element of feminism contained in the advertisement is postmodern feminism.

Keywords: Women's superiority, Semiotics, Feminism.