



Sumber: www.youtube.com

Judul Skripsi: **REPRESENTASI BUDAYA PATRIARKI DALAM IKLAN TELEVISI SARIWANGI VERSI #MARIBICARA**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Nadya Najna

NIM : 1510411043



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

PERYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Nadya Najna

NIM : 1510411043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bila nana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan peryataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 17 Juli 2019

Yang Menyatakan



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Nadya Najna

NIM : 1510411043

Program Studi : Ilmu Komunikasi (Periklanan)

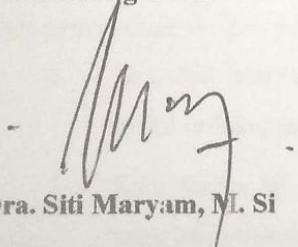
Judul : Representasi Budaya Patriarki dalam Iklan Televisi SariWangi

Versi #MariBicara

Telah berhasil dipertahankan di hadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

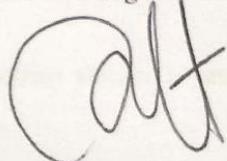
Mengetahui dan Menyetujui,

Pembimbing Utama



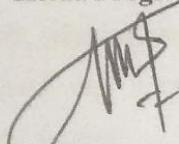
Dra. Siti Maryam, M.Si

Pembimbing Pendamping



Ratu Nadya W, S.Ikom, M.M

Ketua Program Studi



Azwar, S.S, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 12 Juli 2019

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPERLUAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Najna
NIM : 1510411043
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

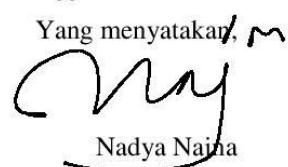
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**REPRESENTASI BUDAYA PATRIARKI DALAM IKLAN TELEVISI
SARIWANGI VERSI #MARIBICARA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : Juli 2019

Yang menyatakan,

Nadya Najna

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan akan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian yang penulis harapkan menjadi manfaat baik untuk akademik dan masyarakat. Skripsi program studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan “Nasional” Veteran Jakarta ini berjudul **“REPRESENTASI BUDAYA PATRIARKI DALAM IKLAN TELEVISI SARIWANGI VERSI #MARIBICARA”**.

Penulis dengan rendah hati menyadari penelitian skripsi penulis ini terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Akhir kata penulis berharap adanya kesamaan persepsi akan hasil penelitian ini antara penulis dan pembaca, dan penelitian ini menjadi bacaan yang menarik dan bermanfaat.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian dengan berbagi ilmu dan pengalaman sehingga membantu kelancaran penulis dalam proses penyusunan skripsi, yaitu kepada:

1. Dra. Siti Maryam, M.Si. selaku pembimbing skripsi 1 yang telah memberikan masukan serta bimbingannya.
2. Ratu Nadya W., S.Ikom., MM. selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang telah memberikan masukan serta bimbingannya.
3. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Azwar, S.S., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi yang telah berbagi ilmu dan pengalaman khususnya dibidang periklanan.
6. Kedua orang tua dan kakak-kakak yang turut memberi doa dan menyayangi penulis dengan tulus.

7. iKON yang memberi inspirasi untuk selalu menjadi lebih baik.
8. Seluruh teman dan sahabat UPN Veteran Jakarta. Terutama Novya dan Riyana yang selalu membantu dan menemani keseharian penulis semasa perkuliahan.
9. Teman-teman sepermainan penulis yang selalu menyemangati dan membantu penulis selama penyusunan penelitian yaitu Rinjani, Salamah, Sandhika, Dita, Vika, Cahaya, dan Srikandi.

Jakarta, 17 Juli 2019

Nadya Najna

REPRESENTASI BUDAYA PARTIARKI DALAM IKLAN TELEVISI

SARIWANGI VERSI #MARIBICARA

NADYA NAJNA

Abstrak

Penindasan terhadap kaum perempuan melekat dalam masyarakat karena adanya budaya patriarki. Dalam budaya patriarki, laki-laki memegang kontrol dan hak dominan dalam masyarakat umum dan kehidupan rumah tangga sehingga menempatkan perempuan dalam posisi subordinat. Budaya patriarki yang ada pada masyarakat mau tidak mau ikut terepresentasikan oleh media massa termasuk iklan. Iklan yang mungkin dianggap deskripsi keseharian masyarakat, sehingga dianggap biasa atau normal saat menampilkan budaya yang patriarkis. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yaitu analisis semiotik dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Iklan yang dianalisis dalam penelitian ini adalah iklan SariWangi versi #MariBicara. Tujuan penelitian adalah untuk (1) mengetahui bagimana budaya patriarki direpresentasikan dalam iklan televisi dan (2) mengetahui makna denotasi, konotasi, dan mitos dari bentuk-bentuk patriarki dalam iklan televisi. Konsep dan teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah budaya patriarki dan teori kelompok bungkam. Hasil penelitian adalah ditemukannya representasi budaya patriarki dalam iklan SariWangi versi #MariBicara berupa pembagian peran, otoritas dalam pengambilan keputusan, dan ketimpangan gender. Bentuk-bentuk pembungkaman juga direpresentasikan dalam iklan ini.

Kata Kunci: Representasi, Budaya Patriarki, Kelompok Bungkam.

PATRIARCHY CULTURE REPRESENTATION IN SARIWANGI

#MARIBICARA TV ADVERTISMENT

NADYA NAJNA

Abstract

Women persecution is inherent in society because of a patriarchy culture. In patriarchic cultures, men hold control and dominant rights in the general public and household life thus placing women in subordinate positions. The patriarchy culture that existed in society would inevitably be presented by the mass media including advertisements. Advertisements that may be considered an overview of the community. The study used a qualitative approach of semiotic analysis using Roland Barthes's signification model. This study is analyzing the SariWangi #MariBicara TV advertisement. The purpose of the study is to (1) find the representation of patriarchy culture in TV advertisement and (2) know the denotation, connotations, and myths of patriarchy culture in tv advertisement. The concepts and theories used as a reference in this study were the patriarchy culture and the muted group theory. The results of the study were the representation of patriarchy culture in the SariWangi #MariBicara tv advertisement are gender roles, decision making authority, and gender inequality. The muting process are also represented in this advertisement.

Keywords: Representation, patriarchy culture, muted group.

DAFTAR ISI

PERYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Signifikansi Penelitian.....	1
1. 2 Fokus Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1. 5 Manfaat Penelitian.....	6
1. 6 Sistematika Penelitian	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Konsep Penelitian.....	13
2.3 Teori Penelitian	23
2.4 Kerangka Berpikir.....	32
BAB III	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Metode Pengumpulan Data	33
3.2 Unit Analisis.....	34
3.3 Teknik Analisis Data.....	35
3.4 Teknik Keabsahan Data.....	37
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	37
BAB IV	39
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	39

4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.3 Pembahasan	60
BAB V.....	67
PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1	Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2	Periode Waktu Penelitian.....	38
Tabel 3	Data Penelitian	44
Tabel 4	Tabel Pemaknaan <i>Scene 1</i>	48
Tabel 5	Tabel Pemaknaan <i>Scene 2</i>	49
Tabel 6	Tabel Pemaknaan <i>Scene 3</i>	50
Tabel 7	Tabel Pemaknaan <i>Scene 4</i>	52
Tabel 8	Tabel Pemaknaan <i>Scene 4</i>	53
Tabel 9	Tabel Pemaknaan <i>Scene 4</i>	54
Tabel 10	Tabel Pemaknaan <i>Scene 5</i>	55
Tabel 11	Tabel Pemaknaan <i>Scene 6</i>	57
Tabel 12	Tabel Pemaknaan <i>Scene 7</i>	58
Tabel 13	Tabel Pemaknaan <i>Scene 8</i>	59
Gambar 1	Sistem Signifikasi Dua Tahap dari Roland Barthes.....	30
Gambar 2	Logo SariWangi.....	40
Gambar 3	Kampanye SariWangi #MariBicara.....	41
Gambar 4	Kampanye SariWangi #BeraniBicara.....	42
Gambar 5	Kampanye SariWangi #MulaiDuluDenganSariWangi.....	42