

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 bagaimana 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 ADVERTISEMENT**

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 of 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.