

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Laki-laki memiliki gambaran sebagai suami dan ayah dalam figur sentral dalam keluarga. Peran utama laki-laki adalah sebagai ideologi pemimpin rumah tangga yang memiliki hak-hak istimewa dan otoritas terbesar dalam keluarga (Hanum, 2018:15). Pekerjaan laki-laki yang sesuai dengan gambaran peran yang dimilikinya yaitu sebagai pekerja di wilayah publik (di luar rumah), mencari nafkah, sebagai kepala keluarga dan menjadi *decision maker*. (Widyatama, 2006)

Peran gender telah dideskripsikan sebagai peran bersama masyarakat yang mempunyai keyakinan berlaku untuk individu berdasarkan sosial mereka mengidentifikasi jenis kelamin. (Nugraha, 2008:171).

Peran dibagi atas dua kategori yaitu publik dan domestik. Peran publik adalah aktifitas yang berkaitan dengan kegiatan produktif yang berhubungan dengan masyarakat luas, sementara sektor domestik adalah kegiatan yang berkisar pada kegiatan reproduksi, misalnya menyiapkan makanan, menjaga kebersihan rumah, mengasuh anak, dan sebagainya (Widyatama, 2006:99). Peran domestik yang berkaitan dengan pekerjaan yang bersifat instrumental atau pekerjaan yang berat dipersepsikan sebagai peran yang maskulin. Adapun peran domestik yang berkaitan dengan pekerjaan yang bersifat emosional dipersepsikan sebagai peran feminin. (Puspitawati, 2010)

Iklan dipandang berhasil apabila mampu menarik minat audience untuk terlibat dalam memahami pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut. Kegiatan periklanan membutuhkan adanya suatu media, yaitu media periklanan yang meliputi segenap perangkat yang dapat memuat atau membawa pesan-pesan penjualan pada calon pembeli. Dari berbagai media yang digunakan sebagai sarana untuk beriklan, televisi merupakan salah satu media yang cepat dalam penyampaian pesan bagi produsen untuk mengiklankan produknya. (Rahmawati, 2010:222)

Ramayana merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis rantai toko swalayan yang ada di Indonesia. yang menyediakan barang-barang berkualitas namun dengan harga yang terjangkau. Ramayana adalah jaringan toko swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Selain department store yang menjual produk sandang seperti baju dan sepatu, Ramayana juga memiliki supermarket atau pasar swalayan yang menjual kebutuhan pangan dan sehari-hari. Ramayana beriklan untuk membuat perusahaannya semakin maju, salah satu iklan Ramayana memiliki iklan yang berseri. Iklan series dengan hastag #KebahagiaanSeriesRamayana memiliki 4 macam jenis iklan yang menampilkan berbagai macam iklan untuk menarik pembeli. Dimana di iklan tersebut menceritakan tentang makna kebahagiaan kecil dalam keluarga.

Dalam salah satu series iklan Ramayana terdapat iklan yang menarik yaitu iklan yang berjudul “ Warna Kebahagiaan Tulusnya Cinta “. Iklan Ramayana ini menceritakan tentang bagaimana keseharian seorang ayah yang merawat anak perempuannya, dimana mereka hanya tinggal berdua tanpa seorang ibu. Di dalam

iklan tersebut sang ayah mengurus pekerjaan rumah tangga sendiri dari memasak, menyiapkan baju untuk anak, mengajari anak belajar. Pada suatu ketika anak tersebut ingin memiliki baju pentas yang baru.

Beberapa scene didalam iklan tersebut menceritakan tentang bagaimana seorang ayah bekerja dan mengurus rumah tangga dalam.terlihat bahwa dalam scene tersebut ayah mengurus anak, yang biasanya pekerjaan tersebut jarang dilakukan oleh seorang ayah.Biasanya pekerjaan tersebut dilakukah oleh seorang ibu.

Gambar I.1.1 : Iklan Ramayana “ Warna Kebahagiaan Tulusnya Cinta “



Sumber : Youtube.com

Dan ada salah satu scene yang menunjukkan sang ayah datang ke acara pentas sang anak dengan menggunakan kemeja.Saat itu sang ayah usai pergi bekerja.Dimana ayah berperan sebagai ayah sebagai tulang punggung keluarga

Gambar I.1.2 : iklan Ramayana “ Warna Kebahagiaan Tulusnya Cinta “



Sumber : Youtube.com

Penulis tertarik untuk meneliti iklan Ramayana tersebut karena peneliti melihat adanya gambaran seorang ayah yang tidak biasanya melakukan sektor domestik yang biasanya peran domestik lebih sering dilakukan oleh seorang perempuan. Penulis tertarik dengan pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan sang ayah saat melakukan pekerjaan domestik tersebut. Penulis ingin mengetahui apakah laki laki tersebut dapat bekerja dalam 2 peran ataukah dalam iklan tersebut sosok ayah hanya menggantikan fungsi ibu saja.

Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala yaitu Sammuel Christ yang pada judul penelitiannya adalah “*Penggambaran Kesetaraan Gender Pada Perempuan Pada Video Klip Katy Perry – Part Of Me?* “. Di mana pada penelitian nya tersebut berfokus pada gender di video klip tersebut. Walaupun objek penelitian nya berbeda tetapi sama sama mengikat isu tentang gender. Tidak hanya itu penelitian serupa dilakukan oleh mahasiswa Widya Mandala Surabaya yaitu Irwan Komori Sanjaya yang

berjudul *Penggambaran Maskulinitas Laki-Laki Dalam Iklan Rokok Gudang Garam Signature versi "Darts"*?. Penelitian tersebut berfokus pada laki-laki.

Berdasarkan apa yang disampaikan oleh penulis, Penulis akan memaknai iklan Ramayana “Warna Kebahagiaan Tulusnya Cinta” untuk menganalisis iklan ini peneliti menggunakan metodek Semiotika yang dikemukakan oleh Charles Sander Peirce. Peneliti menggunakan konsep yang digunakan Peirce ini ,peneliti ingin melihat bagaimana tanda dan lambang yang menggambarkan peran gender yang terjadi didalam iklan iklan Ramayana “Warna Kebahagiaan Tulusnya Cinta” dan melihat lebih rinci mengenai suatu pesan digunakan, ditampilkan dan dipahami.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

“ Bagaimana penggambaran peran gender dalam iklan Ramayana “Warna Kebahagiaan Tulusnya Cinta “?

I.3 Tujuan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggambaran peran gender dalam iklan Ramayana “Warna Kebahagiaan Tulusnya Cinta “\

I.4 Batasan Masalah

Subjek penelitian yang akan diteliti adalah iklan Ramayana penelitian yang akan diteliti adalah penggambaran peran gender dalam iklan Ramayana “Warna Kebahagiaan Tulusnya Cinta “

I.5 Manfaat Penelitian

I.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian ilmu komunikasi, di bidang kajian semiotika khususnya dalam iklan mengenai penggambaran peran gender dengan pendekatan Pierce dan sebagai rujukan studi budaya menegenai kontruksi peran gender dalam teks media dalam bentuk iklan

I.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi tambahan dan sebagai sarana pembelajaran terhadap penggambaran peran gender di dalam iklan