

BIAS GENDER DALAM IKLAN SUSU
(Analisis Semiotika Mengenai Bias Gender dalam Iklan Susu
SGM Versi “Tunjuk Tangan”)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Elvina Soekotjo
NRP. 1423012019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2016

BIAS GENDER DALAM IKLAN SUSU
(Analisis Semiotika Mengenai Bias Gender dalam Iklan Susu
SGM Versi “Tunjuk Tangan”)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh:

Elvina Soekotjo
NRP. 1423012019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2016

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Elvina Soekotjo

NRP : 1423012019

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

BIAS GENDER DALAM IKLAN SUSU (Analisis Semiotika Mengenai Bias Gender dalam Iklan Susu SGM Versi "Tunjuk Tangan")

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kesarjanaan saya dicabut.

Surabaya, 7 Maret 2016

Penulis



Elvina Soekotjo

NRP. 1423012019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

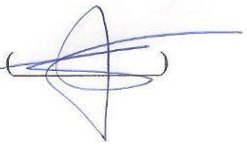
BIAS GENDER DALAM IKLAN SUSU (Analisis Semiotika Mengenai Bias Gender dalam Iklan Susu SGM Versi “Tunjuk Tangan”)

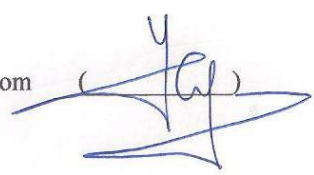
Oleh:

Elvina Soekotjo

NRP: 1423012019

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Anastasia Y. W., S.Sos., M.Med.Kom ()
NIK. 142.09.0634

Pembimbing II : Finsensius Y. P., S.Sos., M.Med.Kom ()
NIK. 142.09.0633

Surabaya, 7 Maret 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima dengan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada : Senin, 2 Februari 2016

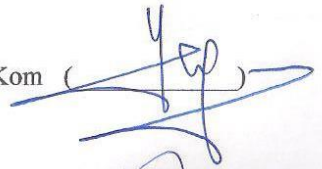


Dewan Penguji:

1. Ketua : Noveina S. Dugis., S.Sos., MA.
NIK. 142.11.0708



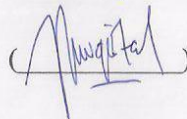
2. Sekretaris : Finsensius Y. P., S.Sos., M.Med.Kom
NIK. 142.09.0633



3. Anggota : Anastasia Y. W., S.Sos., M.Med.Kom
NIK. 142.09.0634



4. Anggota : Brigitta R.S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom
NIK. 142.15.0849



LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

SNama : Elvina Soekotjo

NRP : 1423012019

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **BIAS GENDER DALAM IKLAN SUSU**
(Analisis Semiotika Mengenai Bias Gender dalam
Iklan Susu SGM Versi “Tunjuk Tangan”)

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital
Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas
sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Maret 2016

Yang menyatakan,



Elvina Soekotjo

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini bisa diselesaikan berkat dukungan dari orang tua, saudara, dan teman-teman. Semangat dari mereka memberikan motivasi bagi penulis untuk terus berusaha pantang menyerah dalam menulis skripsi ini.

Tidak ada jalan yang ditempuh dengan mudah. Sebuah perjuangan akan memerlukan pengorbanan. Waktu dan tenaga yang diberikan akan sebanding dengan hasil yang diberikan. Jerih payah dan keringat kerja keras tidak akan berakhir sia-sia. Percayalah dengan usaha dan doa yang bersungguh-sungguh, akan memberikan sesuatu yang indah pada waktu yang tepat. Peran orang-orang disekitar juga sangat membantu ketika memberikan informasi. Orang tua yang selalu memberikan semangat dan terus maju yang tak henti-henti, teman-teman juga selalu membantu dalam memberi informasi serta dukungan. Tidak lupa dosen-dosen yang tidak pernah lelah membimbing dan memberikan ilmu dengan sabar dan tanpa pamrih. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada orang tua, teman-teman, dan dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 7 Maret 2016

Elvina Soekotjo

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul BIAS GENDER DALAM IKLAN SUSU (Analisis Semiotika Mengenai Bias Gender dalam Iklan Susu SGM Versi “Tunjuk Tangan”) ini. Terima kasih kepada orang-orang yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk memenuhi tanggung jawab atas skripsi ini.

Skripsi ini berisikan mengenai penelitian pesan bias gender yang disampaikan oleh media, terutama melalui iklan televisi. Bias gender merupakan ketimpangan peran antara laki-laki dan perempuan, yang merugikan salah satu pihak. Hal ini secara terus menerus masih dikonstruksikan melalui media iklan kepada masyarakat dan masyarakat juga menerima hal tersebut sebagai sesuatu yang wajar dan alamiah.

Skripsi ini bisa selesai karena dorongan dan motivasi dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada pihak-pihak sebagai berikut :

1. Soekotjo dan Febiani Sandra selaku orang tua; Andreas selaku adik kandung; serta ako Soerjani dan saudara-saudara tercinta, yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat.
2. Seluruh keluarga yang memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis hingga penulis bisa menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.
3. Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

4. Anastasia Yuni W., S.Sos., M. Med. Kom dan Finsensius Yuli P., S.Sos., M. Med. Kom selaku dosen pembimbing yang terus membantu dan memberikan ide dan dukungan pada penulis hingga selesai.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Teman-teman terdekat: Dwi Purnama Lukito, Cindy Olivia, Karina Claudia, dan Putra Aditya yang selalu menemani, membantu dan memberi semangat selama penulis kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Lembaga Pers Mahasiswa Universitas (LPMU) yang selalu mendukung dan memberi semangat.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang juga membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik saran yang dapat membangun demi kebaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca umumnya. Terima kasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	15
I.3. Tujuan Penulisan.....	15
I.4. Batasan Masalah.....	15
I.4. Manfaat Penulisan.....	15
BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS.....	17
II.1. Budaya Patriarki dan Sosialisasi Peran Gender.....	17
II.2. Bias Gender dalam Realitas Media (Iklan Televisi).....	22
II.3. Metode Semiotika Roland Barthes.....	28
BAB III. METODE PENELITIAN.....	33

III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	33
III.2. Metode.....	33
III.3. Subjek dan Objek Penelitian.....	34
III.4. Unit Analisis.....	35
III.5. Teknik Pengumpulan Data.....	35
III.6. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	38
IV.2. Temuan Data dan Pembahasan.....	41
IV.2.1. Bias Gender dalam Keluarga.....	42
IV.2.2. Bias Gender dalam Hubungan Kerja.....	47
IV.2.3. Bias Gender dalam Pendidikan.....	51
IV.2.4. Bias Gender dalam Budaya.....	55
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
V.1. Kesimpulan.....	63
V.2. Saran.....	64
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	65
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1. Tiga Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel IV.1. Daftar iklan Susu SGM sebelum Versi Tunjuk Tangan.....	39
Tabel IV.2. Analisis Scene 1 dengan Peta Tanda Roland Barthes.....	43
Tabel IV.3. Analisis <i>Scene</i> 2 dengan Peta Tanda Roland Barthes.....	48
Tabel IV.4. Analisis <i>Scene</i> 3 dengan Peta Tanda Roland Barthes.....	52
Tabel IV.5. Analisis <i>Scene</i> 4 dengan Peta Tanda Roland Barthes.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.	Iklan Susu Frisian Flag.....	2
Gambar I.2.	Iklan Susu Enfagrow A+.....	3
Gambar I.3.	Iklan Susu Dancow.....	4
Gambar I.4.	Iklan Susu SGM tahun 1954.....	5
Gambar I.5.	Iklan Susu SGM tahun 2014.....	5
Gambar I.6.	Iklan Susu SGM <i>Scene</i> di laboratorium.....	6
Gambar II.1.	Peta Tanda Roland Barthes.....	31
Gambar IV.1.	<i>Scene</i> tahun 1954.....	41
Gambar IV.2.	<i>Scene</i> tahun 2014.....	41
Gambar IV.3.	<i>Scene</i> 1.....	42
Gambar IV.4.	<i>Scene</i> 2.....	42
Gambar IV.5.	<i>Scene</i> 3.....	42
Gambar IV.6.	<i>Scene</i> 4.....	42
Gambar IV.7.	Seorang anak dengan seorang ibu berada di dalam rumah.....	45
Gambar IV.8.	Jumlah laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan perempuan.....	49
Gambar IV.9.	<i>Scene</i> 3: Upacara di lapangan yang dipimpin oleh guru.....	53
Gambar IV.10.	Seorang guru laki-laki mengenakan kopiah dan berdiri di belakang mikrofon.....	54
Gambar IV.11.	Anak-anak mengenakan baju kebaya dan membawa bakul buah di atas kepala.....	57
Gambar IV.12.	Contoh model baju kebaya.....	57

Gambar IV.13.	Upacara Tumpek Tuduh sebagai salah satu adat istiadat di Bali.....	58
Gambar IV.14.	Sesajen yang dibawa di atas kepala anak-anak dalam iklan susu SGM.....	58
Gambar IV.15.	Sesajen yang dibawa di atas kepala perempuan saat melakukan ritual Tumpek Wariga.....	58
Gambar IV.16.	<i>Scene 4</i> : terdapat orang dewasa yang mendampingi anak-anak saat membawa bakul di atas kepala.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Screenshot Iklan Susu SGM versi Tunjuk Tangan

Narasi Iklan Susu SGM versi Tunjuk Tangan

ABSTRAK

Elvina Soekotjo NRP.1423012019. *BIAS GENDER DALAM IKLAN SUSU (Analisis Semiotika Mengenai Bias Gender dalam Iklan Susu SGM Versi “Tunjuk Tangan”)*

Iklan susu SGM versi “tunjuk tangan” yang ditayangkan di televisi Indonesia, memuat pemeran baik dari orang dewasa dan anak-anak, perempuan dan laki-laki. Dalam iklan ini, ditunjukkan perbedaan antara era sebelum modern (tahun 1954) dengan era modern (tahun 2014). Pada era modern, perempuan dan laki-laki digambarkan bekerja dalam sektor publik bersanding dengan laki-laki. Iklan ini berbeda dengan iklan lainnya yang masih tetap berpegang pada budaya patriarki, yaitu terjadi penyimpangan-penyimpangan gender yang didukung oleh ideologi gender, sehingga terjadi ketidakadilan terhadap perempuan (Muniarti, 2004:74).

Peneliti ingin mengeksplorasi bagaimana bias gender ditampilkan oleh media. Metode yang digunakan adalah analisis semiotik dari Roland Barthes dan jenis penelitian kualitatif eksploratif. Hasil penelitiannya adalah bias gender yang ditampilkan melalui visualisasi iklan, terdapat dalam berbagai aspek, antara lain hubungan keluarga, hubungan kerja, pendidikan, dan budaya. Tidak hanya bias, namun gender ini juga disosialisasikan secara turun temurun oleh agen-agen sosialisasi gender, seperti keluarga, sistem pendidikan, dan budaya.

Kata Kunci: Semiotika, Bias Gender, Konstruksi Media Massa, Iklan Televisi, Susu SGM.

ABSTRACT

Elvina Soekotjo NRP.1423012019. *GENDER BIAS IN MILK AD (Semiotics Analysis About Gender Bias in SGM Milk Ad "Show Hand" Version)*

SGM milk ad "show a hand" version which aired on Indonesian television, had casts both adults and children, women and men. This ad shown the difference between before the modern era (1954) and the modern era (2014). In the modern era, women and men working side by side in the public sector. This ad is different from other ads that obviously stick to a patriarchal culture. Patriarchy is gender deviations that supported by gender ideologies, resulting in injustice against women (Muniarti, 2004:74).

Researcher want to explore how gender bias show by the media. The method used is a semiotic analysis of Roland Barthes and exploratory qualitative research. The result is gender bias was displayed by the visualization of ads, there is in various aspects, such as family relations, labor relations, education, culture, religion and human rights. Not only bias, but this gender concept has been socialized by the agents of gender socialization like family, education system, and the culture.

Keywords: Semiotics, Gender Bias, Mass Media Construction, Television Ad, SGM Milk.