



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication and Advertising
Octavia Mia Mica
44310010083

FEMINISME DALAM IKLAN TELEVISI (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan BeeTalk Versi Ariel Tatum, Al Ghazali dan Iklan Ponds White Beauty Versi Slide di Televisi)

Jumlah halaman : xii+89

Bibliografi : 26 buku (tahun 1988-2012) ,6 artikel internet

Kata Kunci : Semiotika, Feminisme, Roland Barthes, Iklan BeeTalk, Iklan Ponds White Beauty

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji mengenai mitologi feminisme dalam iklan BeeTalk versi Ariel Tatum, Al Ghazali dan iklan Ponds White Beauty versi Slide di televisi. Objek yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah potongan-potongan adegan dalam iklan mobile chat BeeTalk dan iklan Ponds White Beauty. Tujuan penelitian ini untuk mengenai mitologi feminisme dalam iklan mobile chat BeeTalk dan iklan Ponds White Beauty di televisi.

Teori yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu komunikasi sebagai pertukaran dan makna, tanda dan makna dalam iklan, semiotika sebagai kajian tentang tanda dan makna, Semiotika Roland Barthes, representasi ideologi dalam iklan, ideologi feminisme, representasi dalam iklan.

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini juga menggunakan paradigma penelitian kritis, paradigma penelitian kritis. Cara pandang aliran ini bersifat *critical realism* (relitas kritis), yang tidak dapat dilihat secara benar oleh pengamatan manusia. Tujuan penelitian dalam paradigma Kritis adalah mengkritisi dan mentransformasikan struktur sosial, politik, budaya, ekonomi, etnik dan gender yang menghambat dan mengeksploitasi manusia, dengan jalan terlibat dalam konfrontasi dan konflik. Sehingga teori kritis adalah teori yang berusaha melakukan analisa secara tajam dan teliti terhadap realitas.

Penelitian ini juga menggunakan analisis semiotika dari Roland Barthes, dimana iklan akan di analisis pesan linguistik, pesan ikonik terkodekan, dan pesan ikonik tak terkodekannya. Gagasan barthes ini dikenal dengan '*order of signification*', yang mencakup denotasi dan konotasi Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu 'mitos' yang menandai suatu masyarakat. Menurutnya, mitos terletak pada tingkat kedua penandaan, jadi setelah terbentuknya sistem sign-signifier-signified, tanda tersebut akan menjadi penanda baru yang kemudian memiliki petanda kedua dan membentuk tanda baru.