



**REPRESENTASI BIAS GENDER PADA KONTEN IKLAN
INSTAGRAM TELEVISI (IGTV) SERIES “JUJUR... AKU...”
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA AKUN
MEDIA SOSIAL NETFLIX INDONESIA)**



OLEH
AGUS NIA
55218120001

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Agus Nia
NIM : 55218120001
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : Marketing and Corporate Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Representasi Bias Gender Pada Konten Iklan
Instagram Televisi (IGTV) Series “Jujur... Aku...”
(Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Media
Sosial Netflix Indonesia)

Jakarta, 21 Maret 2022

Dosen Pembimbing



(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Representasi Bias Gender Pada Konten Iklan Instagram
Televisi (IGTV) Series “Jujur... Aku...” (Analisis Semiotika
Roland Barthes Pada akun Media Sosial Netflix Indonesia)

Nama : Agus Nia

NIM : 55218120001

Jenjang Pendidikan : S2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing and Corporate Communication

Tanggal : Maret 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Maret 2022

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Representasi Bias Gender Pada Konten Iklan Instagram
Televisi (IGTV) Series “Jujur... Aku...” (Analisis Semiotika
Roland Barthes Pada Akun Media Sosial Netflix Indonesia)

Nama : Agus Nia

NIM : 55218120001

Jenjang Pendidikan : S2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Marketing and Corporate Communication

Tanggal : Maret 2022

Jakarta, 21 Maret 2022
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)



(.....)
(.....)
(.....)


PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Agus Nia
NIM : 55218120001
Jenjang Pendidikan : S2
Kosentrasi : Marketing and Corporate Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Representasi Bias Gender Pada Konten Iklan
Instagram Televisi (IGTV) Series “Jujur... Aku...”
(Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Media
Sosial Netflix Indonesia)

Jakarta, 21 Maret 2022

Dosen Pembimbing



(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M.Si)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama. : Agus Nia
NIM. : 5521812001
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul “REPRESENTASI BIAS GENDER PADA KONTEN IKLAN INSTAGRAM TELEVISI (IGTV) SERIES “JUJUR... AKU...” (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Media Sosial Netflix Indonesia)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 21 Maret 2022, didapatkan nilai persentase sebesar 21%.

Jakarta, 21 Maret 2022

Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Representasi Bias Gender Pada Konten Iklan Instagram Televisi (IGTV) Series "Jujur... Aku..." (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Akun Media Sosial Netflix Indonesia)

Nama : Agus Nia

N I M : 55218120001

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 21 Maret 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Maret 2022



(Agus Nia)

ABSTRAK

Perempuan seringkali ditemui sebagai pemeran iklan dengan karakter lemah, pasif, atau dianggap remeh serta peran ibu rumah tangga yang kerap masih berkuat pada peran domestik. Dalam penelitian ini, Peneliti berusaha melihat bagaimana bias gender masih tergambarkan pada konten iklan yang terdistribusi di media sosial Instagram akun Netflix Indonesia.

Isu bias gender dapat dikatakan sebagai isu yang tidak pernah usang dan pada praktiknya isu ini belum terselesaikan dan masih terus memosisikan perempuan pada posisi yang termarginalkan dalam budaya patriarki. Platform over the top (OTT) seperti Netflix pun kerap menangkap fenomena bias gender pada konten film maupun series yang ada pada platformnya. Gambaran masih suburnya budaya patriarki masih tergambar dalam konten iklan Instagram Televisi (IGTV) “Jujur... Aku...” yang ditayangkan pada akun media sosial Netflix Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah berusaha menjelaskan makna denotasi, konotasi, dan mitos yang direpresentasikan dalam konten tersebut dengan paradigma kritis dan dengan menggunakan teori representasi Stuart Hall yang melihat representasi dalam dua sistem yakni yang pertama dalam sistem konsep (concept) dan gambaran (image) serta yang kedua dalam sistem bahasa (language). Penelitian ini menggunakan metode penelitian semiotika Roland Barthes yang menjadikan makna konotatif sebagai kunci penelitian ini dalam melihat mitos yang terdapat pada unit analisis penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat 17 scene terdapat 13 pemaknaan analisis menggunakan semiotika Roland Barthes yang dapat disignifikansi baik secara denotatif maupun secara konotatif serta mitosnya. Sementara itu, terdapat 8 potongan gambar yang menunjukkan adanya bias gender yang terepresentasi pada potongan scene. Hasil penelitian yang juga cukup mencolok dan disorot dalam penelitian ini adalah mengenai fenomena bias gender yang tidak selalu terjadi pada perempuan yang memiliki keterbatasan akses, namun dapat terjadi kepada perempuan manapun tanpa melihat status sosial. Hal ini ditunjukkan bias gender terjadi pada perempuan yang kehidupannya diliputi kemewahan di mana kekayaan material atau status sosial perempuan tidak menjamin seorang perempuan dapat bahagia dan hidup bebas, khususnya dalam mengeluarkan aspirasi sesuai kapasitasnya. Penelitian ini juga memberi kritik terhadap kesetaraan dan penyamarataan pendidikan antara perempuan dan laki-laki agar bias gender yang terbentuk di masyarakat dapat terminimalisir dengan fundamental pendidikan dan nalar berpikir yang setara.

Kata Kunci: Representasi, Bias Gender, Semiotika, Roland Barthes, Instagram, Instagram Televisi, IGTV, Netflix Indonesia

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: REPRESENTASI BIAS GENDER PADA KONTEN IKLAN INSTAGRAM TELEVISI (IGTV) SERIES “JUJUR... AKU...” (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA AKUN MEDIA SOSIAL NETFLIX INDONESIA).

Tesis ini disusun guna memenuhi persyaratan gelar Master Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini mengkaji mengenai representasi bias gender pada konten iklan Instagram Televisi (IGTV) Series “Jujur... Aku...” dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes pada akun media sosial Netflix Indonesia.

Dalam penyusunan Tesis ini Penulis mendapat banyak pihak, maka dari itu Penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Khususnya kepada Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan kepada Penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat terselesaikan. Sementara itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku penguji pada Seminar Proposal, Seminar Hasil, dan Penguji Ujian Tesis, serta Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku ketua Sidang Ujian Tesis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS Rektor

Universitas Mercu Buana, Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus Direktur Program Pascasarjana, Dr, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Selain sebagai dosen penguji, Penulis juga berterima kasih kepada Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi. Tak lupa juga, Penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh jajaran dosen dan staf administrasi Prodi Magister Ilmu Komunikasi, Terima kasih juga kepada rekan-rekan mahasiswa yang tiada henti terus menyemangati untuk merampungkan karya ilmiah ini dalam bentuk simpati dan bantuan dalam bentuk apa pun di Program Studi Magister Komunikasi yakni Novinda Mahdyatiara, dan Alsheilla Vanya, serta khususnya rekan seperjuangan Amir Munawir, Dwiki Fachriandi, Tjam Robby, dan Cindy Gunawan yang berjuang bersama-sama sidang akhir pada hari yang sama. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua Penulis yang telah memberikan dukungan secara moril dan materil serta menyelipkan nama Penulis dalam tiap doanya sehingga Penulis dapat diberikan kelancaran dalam segala urusan yang dihadapi, khususnya dalam meneguhkan hari Penulis dalam merampungkan karya ilmiah ini. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu komunikasi Indonesia.

Jakarta, 6 Maret 2022

Penulis

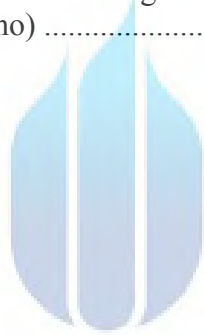
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	vi
PERNYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Identifikasi Masalah	5
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4.1. Maksud Penelitian	6
1.4.2. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	7
1.5.1. Manfaat Penelitian	7
1.5.2. Kegunaan Penelitian	7
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teori	28
2.2.1. Representasi	28
2.2.2. Bias Gender	32
2.2.3. Iklan dan Promosi	41
2.2.3.1. Iklan	41
2.2.3.2. Jenis Iklan	42
2.2.3.3. Promosi	43
2.2.3.4. Jenis Promosi	44
2.2.3.5. Perbedaan Iklan dan Promosi	45
2.2.3.6. Peran Humor Dalam Periklanan	46
2.2.4. Media Baru	47
2.2.4.1. Media Sosial	48
2.2.4.2. Televisi Instagram (IGTV)	48
2.2.5. Analisis Semiotika	50
2.2.6. Ideologi Patriarki	58
2.3. Kerangka Pemikiran	60

BAB III	62
METODOLOGI PENELITIAN	62
3.1. Objek Penelitian	62
3.2. Paradigma Penelitian	62
3.3. Metode Penelitian	63
3.4. Unit Analisis	66
3.5. Jenis dan Sumber Data	67
3.6. Teknik Pengumpulan Data	67
3.7. Teknik Analisis Data	68
3.8. Teknik Keabsahan Data	69
BAB IV	71
HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	71
4.1.1. Sejarah Netflix	71
4.1.2 Fenomena Binge-watching	72
4.2. Hasil Penelitian	73
4.2.1. Tanda Visual dalam Konten Iklan Instagram Televisi (IGTV) “Jujur... Aku..” (Episode 1: El Camino).....	73
4.2.2. Narasi dalam Konten Iklan Instagram Televisi (IGTV) Serial “Jujur... Aku..” (Episode 1: El Camino).....	76
4.2.3. Storyboard Konten Iklan Instagram Televisi (IGTV) Serial “Jujur... Aku..” (Episode 1: El Camino).....	78
4.3. Pembahasan	118
BAB V	125
PENUTUP	125
5.1. Kesimpulan	125
5.2. Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
Buku	133
Jurnal	135
Internet	139
DAFTAR LAMPIRAN	140

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2.2. Pertentangan Gender: Stereotip Kontemporer Pria dan Wanita	35
Tabel 2.3 Perbedaan Periklanan dan Promosi	46
Tabel 2.4 Dua Sudut Artikulasi Barthes	54
Tabel 2.5 Unsur-Unsur Semiotika	57
Tabel 3.1 Model Semiotik Peta Tanda Roland Barthes	65
Tabel 3.2 Tabel Kerja Analisis	68
Tabel 3.3 Tabel Pemaknaan Tataran Kedua Roland Barthes	69
Tabel 4.1 Pemaknaan Teknik Pengambilan Penanda	74
Tabel 4.2 Daftar Pemeran (<i>Cast</i>)	78
Tabel 4.3 Storyboard Konten Iklan Instagram Televisi (IGTV) Serial “Jujur... Aku...” (Episode 1: El Camino)	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir	61
Gambar 4.1 Potongan Gambar 1	90
Gambar 4.2 Potongan Gambar 2	92
Gambar 4.3 Potongan Gambar 3	94
Gambar 4.4 Potongan Gambar 4	96
Gambar 4.5 Potongan Gambar 5	99
Gambar 4.6 Potongan Gambar 6	101
Gambar 4.7 Potongan Gambar 7	103
Gambar 4.8 Potongan Gambar 8	106
Gambar 4.9 Potongan Gambar 9	107
Gambar 4.10 Potongan Gambar 10	109
Gambar 4.11 Potongan Gambar 11	111
Gambar 4.12 Potongan Gambar 12	113
Gambar 4.13 Potongan Gambar 13	115
Gambar 4.14 Potongan Gambar 14	116



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Curriculum Vitae Penulis	140
---	-----

