

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