Representasi Perempuan Sebagai Jagoan Dalam Iklan

(Analisis Semiotika *Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka*)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

SAILA AZIZUL

17321073

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

Representasi Perempuan Sebagai Jagoan Dalam Iklan
(Analisis Semiotika Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka)

Diajukan oleh:

SAILA AZIZUL

17321073

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan

dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 2 Oktober 2021

Dosen Pembimbing Skripsi,

Ida Nuraini Dewi Kodra Ningsih, S.I.Kom., M.A.

NIDN. 0523098701

HALAMAN PENGESAHAN

Representasi Perempuan Sebagai Jagoan Dalam Iklan
(Analisis Semiotika Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka)

Disusun oleh:

SAILA AZIZUL
17321073

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 28 Oktober 2021

Dewan Penguji :

1. Ketua : Ida Nuraini Dewi Kodra Ningsih, S.I.Kom., M.A.
   NIDN 0523098701 (……)

2. Anggota : Sumekar Tanjung, S.Sos., MA.
   NIDN 0514078702 (……)

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Puji Hariyanti, S.Sos. M.I.Kom

NIDN 0529098201

HALAMAN PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Saila Azizul

NIM : 17321073

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama menyusun skripsi ini saya tidak melakukan tindak pelanggaran akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lainnya yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia.

2. Karena itu, skripsi ini merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.

3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini disetujui dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 10 November 2021

Yang menyatakan,



(.....)

Azizul

17321073

1. Surat pernyataan ini dibuat oleh mahasiswa pelaksana TA.
2. Surat pernyataan ini ditandatangani diatas materai Rp10.000.
3. Keterangan karya TA sesuai masing-masing jenis (skripsi untuk karya penelitian, laporan projek Komunikasi untuk karya non penelitian).

MOTTO

“ Kau tak akan pernah mampu menyebrangi lautan
sampai kau berani berpisah dengan daratan.”

Christopher Colombus

PERSEMBAHAN

Karya Penelitian ini saya persembahkan kepada:

1. Mamah, Abah, Kakak dan Keluarga tercinta
2. Teman-teman seperjuangan
3. Adik dan kakak tingkat
4. Para penggiat ilmu pengetahuan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT. Atas rahmat, karunia, serta hidayah yang telah diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Representasi Perempuan Sebagai Jagoan Dalam Iklan (Analisis Semiotika Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka)"**. Sholawat serta salam senantiasa peneliti ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan *syafaat* serta pertolongan dihari kemudian nanti. Tugas akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata 1 (S1) Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya di Universitas Islam Indonesia.

Dalam penulisan tugas akhir skripsi ini, peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan dan kelemahan. Peneliti berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pembaca. Proses perjalanan dalam penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir ini peneliti lalui dengan peristiwa suka dan duka. Namun *alhamdulillah* peneliti bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat pada waktunya. Selama proses penyusunan tugas akhir ini, peneliti banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, serta bantuan dari segala pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:.

1. Allah SWT., atas semua rahmat, karunia, hidayah, serta segala kemudahan yang diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar;
2. Kedua orang tua, Abah Zulkifli Ahmad Dahlan dan Bunda Jamilah yang selalu memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan, dan semangat yang tidak pernah henti. Juga kepada kakak saya Shena Amalia dan bayinya Kellan Manaf Ibrahim yang senantiasa menghibur peneliti dan juga selalu memberikan semangat;
3. Ibu Ida Nuraini Dewi Kodra Ningsih, S.I.KOM., M.A, selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih banyak atas waktu dan ilmu yang telah ibu berikan untuk peneliti. Juga dalam memberikan semangat, kesabaran, dan saran pada proses penyusunan skripsi ini;

4. Saila Azizul, yaitu peneliti dalam pembuatan skripsi ini. Kamu keren banget Sail, bisa melewati semua segala cobaan dan rintangan untuk bisa ketahap ini. Semangat terus yah sampe kamu bisa beli mobil pajero, rumah 2 tingkat, gaji besar, dan naikin abah sama mama haji. Semangat!!!;
5. Wahyu Setiani, yang senantiasa merawat tanpa sedikitpun mengeluh ketika peneliti jatuh sakit. Selalu beri dukungan motivasi dan semangat untuk bisa terus melangkah. Dan selalu menyediakan telinga dan kehangatan saat peneliti mencurahkan perasaan sedih, dan kesal.
6. Dina Rynduning Firdausi, teman seperjuangan yang nggk henti-hentinya beri dorongan ke peneliti untuk selalu maju dan pasti bisa untuk melalui segala cobaan. Dan kamu juga seperti alarm yang selalu mengingatkan di pagi hari. *Thank you so much bestie*.
7. Semua teman-teman seperjuangan *wonder woman* peneliti yang sangat peneliti cintai, karena telah memberikan semangat dan doa untuk peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini. Kalian juga harus semangat yah garap skripsi, magang dan cari kerjanya;
8. Semua pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini dikarenakan keterbatasan peneliti. Oleh karena ini, peneliti mengharapkan masukan dan saran yang membangun dalam rangka memperbaiki dan mengembangkan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan, serta dapat menjadi perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta,

Saila Azizul

DAFTAR ISI

SKRIPSI ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN PERNYATAAN ..... Error! Bookmark not defined.
MOTTO ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR GAMBAR……..……..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
ABSTRACT ..... **xii**
ABSTRAK ..... **xiii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Tinjauan Pustaka 7
F. Kerangka Teori 10
G. Metode Penelitian 16
BAB II **22**
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN **22**
A. Tentang Iklan GOPAY 22
B. Sinopsis Iklan GOPAY 23
C. Reaksi Penonton Iklan GoPay 25
BAB III…….. **26**
TEMUAN PENELITIAN **26**
A. Pengantar Analisis ..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Analisis pada Iklan GOJEK..... **Error! Bookmark not defined.**
BAB IV 47
HASIL DAN PEMBAHASAN..... 47
A. Perempuan Dengan Karakter Tangguh dan Pemberani..... 51
B. Jago Dalam Beladiri dan Bertarung..... 54
BAB V 57
PENUTUP 57
A. Kesimpulan..... 57
B. Keterbatasan Penelitian 57
C. Saran 57
DAFTAR PUSTAKA 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1……..…...……..**19**

Gambar 1.2……..…...……..**19**

Gambar 1.3……..…...……..**20**

Gambar 1.4……..…...……..**20**

Gambar 1.5……..…...……..**20**

Gambar 1.6……..…...……..**21**

Gambar 1.7……..…...……..**21**

Gambar 2.1……..…...……..**24**

Gambar 2.2……..…...……..**25**

Gambar 3.1……..…...……..**27**

Gambar 3.2……..…...……..**31**

Gambar 3.3……..…...……..**34**

Gambar 3.4……..…...……..**37**

Gambar 3.5……..…...……..**40**

Gambar 3.6……..…...……..**43**

Gambar 3.7……..…...……..**46**

DAFTAR TABEL

Tabel. 1 (Iklan 1: Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal) 18
Tabel. 2 (NO CLICKBAIT: Pevita Murka) 20
Tabel 3.1 26
Tabel 3.2 29
Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada 29
Tabel 3.3 30
Tabel 3.4 32
Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada Gambar 3.3 32
Tabel 3.5 33
Tabel 3.6 35
Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada Gambar 3.5 35
Tabel 3.7 36
Tabel 3.8 38
Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada Gambar 3.7 38
Tabel 3.9 38
Tabel 3.10 40
Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada Gambar 3.9 40
Tabel 3.11 41
Tabel 3.12 43
Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada Gambar 3.10 43
Tabel 3.13 44
Tabel 3.14 46
Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada Gambar 3.12 46
Tabel 4.1 Ringkasan Temuan 47

ABSTRACT

Azizul, Saila. 17321073. ***Women Representation as The Heroine In Ads (A Semiotics Analysis of Pevita's House Was Attacked by An Unknown Person and NO CLICKBAIT: Pevita Wrath). Bachelor's Thesis. Communications Department, Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, UII. 2021.***

Along with the development of technology, the internet has become one of the media that has a lot of demand. Because of the advantages that make it easier to find information, communicate, and the costs incurred are also quite cheap in advertising. But not infrequently in the world of advertising, women are always described as synonymous with smoothness and refinement. In contrast to advertisements in general, GoPay advertisements issued by GOJEK company represent women as hero characters which are inversely proportional to female characters in general. This study uses Roland Barthes' semiotic analysis method to analyze the denotations, connotations and myths contained in 7 pieces of pictures or scenes that contain the context of a female hero. The results obtained from this study are indications of female heroes who have the impression of a valiant male, can fight with bare hands, good at using weapons and also tough. However, the problem of representation of women with heroic characters is not only about muscle or physical strength, but the basic personality of women who are identical with patience is also depicted in advertisements.

Keywords: Woman, Heroes, Semiotic, Roland Barthes, Representation.

ABSTRAK

Azizul, Saila. 17321073. Representasi Perempuan Sebagai Jagoan Dalam Iklan (Analisis Semiotika *Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka)*. Skripsi Sarjana. Departemen Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, UII. 2021.

Seiring dengan perkembangan teknologi, internet hadir menjadi salah satu media populer ikelebihannya yang memudahkan dalam mencari informasi, berkomunikasi, dan biaya yang dikeluarkan juga cukup murah dalam beriklan. Namun tak jarang dalam dunia periklanan perempuan selalu digambarkan identik dengan kemulusan dan kehalusan. Berbeda dengan iklan pada umumnya, iklan GoPay yang dikeluarkan oleh perusahan GOJEK merepresentasikan perempuan sebagai karakter jagoan yang berbanding terbalik dengan karakter perempuan pada umumnya. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk menganalisis denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat pada 7 potongan gambar atau *scene* yang mengandung konteks perempuan jagoan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah adanya indikasi mengenai perempuan jagoan yang memiliki kesan kelaki-lakian yang gagah perkasa, bisa bertarung menggunakan tangan kosong, lihai menggunakan senjata dan juga tangguh. Namun persoalan representasi perempuan dengan karakter jagoan tidak hanya mengenai kekuatan otot atau fisik saja, akan tetapi kepribadian dasar perempuan yang identik dengan sifat sabar juga digambarkan dalam iklan.

Kata kunci: Perempuan, Jagoan, Semiotika, Roland Barthes, Representasi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media massa yang semakin pesat diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih menjadikan media massa sebagai alat efektif untuk menarik perhatian publik. Media massa merupakan salah satu tempat untuk memperoleh informasi, bertukar pikiran, dan opini. Maka dari itu, media massa memiliki peran yang sangat penting dan selalu mengikuti perkembangan teknologi komunikasi.

Peran media massa dengan manusia tidak bisa dipisahkan karena media massa menyajikan informasi peristiwa dalam kehidupan manusia dalam segala hal. Manusia membutuhkan media massa untuk mencari informasi dan media massa membutuhkan manusia untuk menjadi sumber informasi yang nantinya akan dijadikan berita dan disajikan kepada khalayak. Dalam menyajikan berita pun media massa membutuhkan seleksi isu yang berkembang dikalangan masyarakat, dan berita yang disebarkan juga harus memiliki mutu dan nilai yang terkandung agar membawa manfaat.

Tidak hanya teknologi saja yang berkembang, perkembangan persaingan dalam dunia bisnis pun semakin ketat, sehingga menuntut para perusahaan untuk bertindak lebih agresif, dalam mempromosikan produk atau jasa mereka kepada konsumen. Promosi adalah bentuk variabel *marketing mix* merupakan bagian paling penentu dari keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa. Intinya, dalam *marketing mix* unsur promosi harus dimaksimalkan agar mencapai suatu target penjualan. Dan saat ini, iklan menjadi salah satu alternatif yang paling banyak diincar dan diminati oleh para perusahaan karena *feedback* yang didapatkan cukup baik.

Jika dulu iklan lebih sering ditampilkan di televisi, radio, brosur, dan media cetak lainnya. Seiring dengan perkembangan teknologi internet hadir menjadi salah satu media yang peminatnya sangat banyak. Karena kelebihannya yang memudahkan dalam mencari informasi, berkomunikasi, dan biaya yang dikeluarkan juga cukup murah. Berdasarkan hasil studi Polling Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam website resmi CNBC Indonesia https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190516191935-37-73041/survei-pengguna-

internet-di-ri-tembus-17117-juta-jiwa, pada tahun 2018 pengguna Internet di Indonesia sudah mencapai angka 171,17 juta jiwa. Angka ini setara dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa.

Youtube, menjadi salah satu media internet terpopuler. Dilansir dari website websindo https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/, di Indonesia *youtube* menempati posisi nomor satu, dengan total 88 %, posisi kedua ditempati oleh *whatsaap* 83% dan ketiganya *facebook* 81%. Hal ini menunjukan eksistensi *youtube* lebih besar dibanding media sosial lainnya. Yang dimana pengguna media ini bebas menonton film tanpa batasan, atau gratis hanya dengan bermodalkan pulsa internet. Pengguna *youtube* lebih dari 1 miliar, dimanfaatkan oleh para perusahaan dalam mengiklankan produk atau jasa milik mereka. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan nya adalah perusahaan GO-JEK yang mengiklankan jasa mereka kepada khalayak.

Namun dalam dunia periklanan, seringkali perempuan dijadikan sebagai objek seksualitas. Perempuan yang digambarkan harus memiliki perawak yang cantik, kulit mulus, seksi, dan tak jarang sosok perempuan digambarkan dengan cara berpakaian yang menampilkan sebagian auratnya atau agak terbuka.

Jika dikaitkan dengan hal etika, disinyalir dalam Etika Pariwara Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia) dibentuk oleh Dewan Periklanan Indonesia, Ketentuan Tata Krama poin 3.2 tentang Pemeran Iklan, disebutkan bahwa "Iklan tidak boleh melecehkan, mengeksploitasi, mengobyekkan, atau mengornamenkan perempuan sehingga memberi kesan yang merendahkan kodrat, harkat, dan martabat mereka." (https://satucitra.co.id/unduh/Etika-Pariwara-Indonesia.pdf, 18 Juli 2020).

Tetapi, di Indonesia tetap saja masih banyak iklan-iklan yang menggunakan unsur tersebut. Contohnya seperti iklan sabun lux yang menampilkan model perempuan yang sedang mandi dan memperlihatkan sebagian punggungnya. Dan iklan *handbody lotion* yang menampilkan perempuan-perempuan dengan busana yang agak terbuka dan agak minim. Perempuan selalu digambarkan identik dengan kemulusan dan kehalusan, tak jarang iklan menampilkan bagian-bagian tubuh perempuan yang dianggap memiliki nilai *fetis* terhadap selera patriarki.

Dalam periklanan objek perempuan lebih sering mendominasi dalam produk-produk kecantikan dan perawatan tubuh wanita seperti *handbody lotion*, sabun cair, masalah

dapur dan sebagainya. Karena sosok perempuan selalu digambarkan dengan lemah lembut, penyabar, penyayang, keibuan, bisa mengurus urusan rumah tangga dan sebagainya. Namun, lain halnya dengan Iklan GoPay berjudul "Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal" yang dikeluarkan oleh perusahaan GO-JEK melalui akun *youtube* resminya berhasil menarik 12 juta penonton dalam rentan waktu sebulan. Iklan ini rilis pada tanggal 5 Desember 2019 dan banyak menarik perhatian masyarakat karena genre iklan yang dianut adalah *action* dan yang menjadi karakter jagoan dalam iklan ini adalah seorang perempuan. Genre *action* dalam iklan biasanya didominasi dengan model laki-laki. Dan karakter utama perempuan dalam iklan ini digambarkan berbanding terbalik, justru terlihat menjadi sosok perempuan jagoan yang tegas dan mempunyai kepribadian yang tangguh.

Kata jagoan sendiri berasal dari kata dasar yaitu jago. Dalam website Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) https://kbbi.web.id/jago, kata jagoan berarti "1) orang yang suka berkelahi; pendekar; samseng. 2) Orang yang sangat gemar terhadap sesuatu (missal pesta, pertunjukan)." Yang jika dikaitkan dengan perempuan, berarti ia memiliki perilaku atau sifat yang biasa dominan dimiliki oleh para lelaki.

Iklan ini menceritakan tentang Pevita, yaitu seorang perempuan yang baru terbangun dari tidurnya dan tiba-tiba kedatangan tamu segerombolan pria bersenjata mengenakan pakaian serba hitam lalu menyerang dirinya. Sosok pevita dalam iklan ini digambarkan mempunyai sisi maskulinitas karena sikap jagoannya, serta mempunyai kemampuan beladiri dan mampu mengalahkan semua penjahat yang menyerang rumahnya.

Tidak hanya itu, perusahaan GOJEK kembali merilis iklan terbarunya berjudul "NO CLICKBAIT: Pevita Murka" tanggal 24 Februari 2020 lalu, dengan karakter utama yang dibintangi oleh Pevita lagi. Namun, kali ini dibuat dengan jalan cerita yang berbeda. Iklan ini menceritakan tentang Pevita yang mengenakan baju super hero atau *skin hero* yang baru saja ia beli menggunakan GoPay. Dengan pengambilan gambar yang hanya fokus ke wajah dan *skin hero* yang ia kenakan, diiringi dengan narasi suara perempuan. Dalam iklan juga dijelaskan bahwa Pevita murka karena sang pengisi suara menyebut kecantikan Pevita yang standar, dan tidak jago dalam bermain gim. Meskipun, kebenarannya adalah Pevita telah mewakilkan Indonesia dalam babak kompetisi gim *mobile* skala global pada tahun 2019, dan merupakan lulusan akademi New York. Genre dalam iklan ini dibuat

menjadi *comedy*, dan berhasil menarik hingga 14 juta penonton dalam kurun waktu sebulan.

Pevita Pearce adalah seorang aktris muda asal Indonesia yang memiliki kemampuan khusus dalam bermain gim, yaitu menggunakan sistem daring atau *mobile game*. Karena kemampuannya tersebut, akhirnya Pevita mewakilkan Indonesia dalam ajang PUBG Mobile Club Open (PMCO) Global Final 2019 di Berlin, Jerman. Atas prestasi yang ia raih, akhirnya Pevita diangkat oleh perusahaan GOJEK menjadi seorang Duta *Gaming* dan Hiburan.

Sejak saat itu, ia mematahkan stigma mengenai bermain gim hanya dikuasai oleh laki-laki. Dan seorang *gamers* tidak hanya diperuntukan bagi kaum laki-laki saja, akan tetapi kaum perempuan juga bisa menjadi seorang *gamers* asal memiliki niat dan *skill*, serta terus melatih kemampuan tersebut. Timothius Martin merupakan SPV Marketing Gopay dalam website katadata.co menjelaskan bahwa dalam iklan tersebut Pevita menampilkan sisi lain dari dirinya.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan semiotika dengan analisis semiotika Roland Barthes. Pendekatan ini digunakan untuk melihat sosok perempuan jagoan digambarkan melalui iklan GOPAY "Rumah Pevita Diserang Orang tidak Dikenal" dan iklan GoPay lainnya yang dibintangi oleh Pevita. Terpilihnya metode penelitian dengan analisis semiotika Roland Barthes dalam penelitian ini adalah karena peneliti ingin menunjukkan berbagai tanda, makna, dan mitos yang terkandung dalam iklan tersebut, peneliti akan mengumpulkan keseluruhan gambar dari cuplikan iklan tersebut, kemudian akan memilih gambar-gambar yang memiliki relevansi dan potensi cukup kuat untuk dijadikan objek penelitian ini. Pada akhirnya gambar-gambar yang mempunyai makna yang paling kuatlah yang akan dijadikan objek penelitian tetap lalu menafsirkannya.

Terpilihnya iklan GOJEK dalam penelitian ini, dikarenakan perusahaan GOJEK telah dikenal oleh seluruh kalangan masyarakat, dan telah berhasil menciptakan inovasi baru yang mempermudah pekerjaan manusia serta mengurangi angka pengangguran di Indonesia. Hal ini terbukti dimana hampir seluruh kalangan masyarakat dari remaja hingga dewasa menggunakan jasa dari perusahaan ini. Dan lagi, iklan-iklan yang

diciptakan dan dihasilkan oleh perusahaan GOJEK memiliki keunikan tersendiri dan mempu menarik khalayak, termasuk iklan yang menjadi objek dalam penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat disusun rumusan masalah yaitu, Bagaimana Representasi Perempuan Sebagai Jagoan Dalam Iklan?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan representasi perempuan digambarkan sebagai sosok jagoan dalam iklan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sebuah referensi selanjutnya untuk teman-teman akademisi dan selain itu menghadirkan sebuah pemahaman baru di bidang penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperluas wawasan dan mengembangkan pengetahuan mengenai perempuan jagoan dalam tayangan iklan di media massa. Serta bisa menjadi rujukan bagi peneliti yang berminat menganalisis lebih lanjut, khususnya melalui pendekatan analisis semiotika.

E. Tinjauan Pustaka

Sebelum melakukan penelitian mengenai perempuan sebagai sosok jagoan dalam iklan GOPAY berjudul "Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal" dalam analisis semiotika, peneliti melakukan penelusuran terhadap jurnal-jurnal penelitian terdahulu mengenai penelitian serupa yang sama-sama membahas mengenai sosok perempuan yang jagoan, tegas dan mempunyai kepribadian yang jagon.

Pertama, penelitian yang berjudul "Konstruksi Maskulinitas Perempuan Dalam Iklan Susu Nutrilon Royal Advance Pronutra Plus "One Step A Head" Versi Juara Panjat Tebing dan Catur" oleh I Nyoman Winata (2017), mengangkat isu mengenai konstruksi maskulinitas balita perempuan dalam iklan Susu Nutrilon Royal Advance Pronutra Plus "One Step A Head".

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan berupa analisis semiotika Roland Barthes. Teori yang digunakan si peneliti dalam penelitiannya yaitu membongkar makna yang tersembunyi di dalam sebuah iklan, konstruksi gender melalui media massa, ketimpangan gender dalam sebuah iklan, dan yang terakhir adalah membahas mengenai dominasi maskulinitas dan pembagian kerja. Hasilnya, meskipun balita tersebut berjenis kelamin perempuan tapi digambarkan memiliki aktivitas maskulin yang dilakukan sangat baik sesuai dengan kontekstualitas setting cerita dalam iklan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu peneliti sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan semiotika Roland Barthes. Dan bagian pembedanya adalah penelitian ini bertujuan untuk mengkaji mengenai Konstruksi Maskulinitas Perempuan Dalam Iklan Susu Nutrilon Royal Advance Pronutra Plus "One Step A Head" Versi Juara Panjat Tebing dan Catur.

Kedua, penelitian yang berjudul "Konstruksi Kebebasan Pada Identitas Perempuan dan Laki-Laki Dalam Iklan Operator Seluler 3 Dengan Tema "Bebas Itu Nyata" oleh Muhammad Safyan. Penelitian ini mengangkat isu tentang konstruksi kebebasan terhadap identitas kaum perempuan dan laki-laki lalu mempresentasikannya dalam sebuah iklan komersial pada televisi yaitu operator seluler 3 sebagai produsen dengan tema "Bebas itu Nyata". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika. Adapun unit analisis dalam penelitian ini berupa gambar dan bahasa narator. Analisis yang digunakan adalah teori semiotika Roland Barthes. Teori yang digunakan

dalam penelitian ini berupa Modernitas Fashion Pada Identitas Perempuan Indonesia, Stereotip Perempuan Indonesia dalam Bingkai Domestikasi Peran dan Persoalan Kepribadian, Citra Pemberontakan dan Konsep Normalitas Perempuan: Sisi Paradoks dalam Perlawanan Terhadap Ideologi Dominan, Gaya Busana Pada Identitas Laki-Laki, Stereotipe Maskulinitas Pada Identitas Laki-Laki, Identifikasi Karakter Kebebasan dalam Figur Laki-Laki Indonesia, dan Dominasi Identitas Laki-Laki di Ruang Publik. Hasil yang ditemui dari penelitian ini adalah menunjukkan adanya konstruksi kebebasan terhadap identitas perempuan. Dan kaum perempuan melakukan gerakan feminisme untuk memperjuangkan hak yang sama dengan kaum laki-laki atas prinsip-prinsip maskulinitas. Persamaan yang terkandung dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis semiotika Roland Barthes, dan membahas mengenai perempuan. Dan perbedaannya adalah penelitian ini fokus untuk mengkaji konstruksi terhadap identitas perempuan sedangkan peneliti saat ini fokus terhadap representasi perempuan jagoan.

Ketiga, penelitian yang berjudul "Representasi Domestikasi Perempuan dalam Iklan" oleh Endah Siswati. Topik atau isu yang diangkat dalam penelitian ini adalah sosok perempuan yang selalu menjadi objek dengan mengeksploitasi bagian-bagian sensual tubuh perempuan untuk menjadi daya tarik terhadap penonton. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berupa representasi dan penggambaran perempuan dalam iklan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa iklann di tabloid nova dan tabloid nyata merepresentasikan perempuan dengan tema serta membiaskan gender. Lalu sekitar 30% iklan tersebut menggunakan objek perempuan serta memanfaatkan sensualitas pada bagian- bagian tubuh, dan 40% menunjukkan hasil perempuan lebih banyak berperan banyak dalam rumah tangga. Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu penulis sama-sama membahas mengenai representasi perempuan di ranah publik yaitu, iklan. Namun perbedaannya adalah penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi domestikasi perempuan dalam iklan, sedangkan peneliti saat ini meneliti tentang representasi perempuan jagoan dalam iklan.

Keempat, penelitian yang berjudul "Representasi Perempuan Dalam Film Wanita Tetap Wanita" oleh Eviyono Adi Wibowo (2015). Penelitian ini mengangkat isu mengenai sistem patriarki yang menjadi penyebab kaum perempuan tertindas dan

dinomorduakan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini berupa komunikasi, film sebagai alat komunikasi massa, representasi, gender, perempuan dalam media massa, dan semiotika. Hasil yang ditunjukkan dalam penelitian ini berupa tanda-tanda representasi perempuan yang sebenarnya kuat serta dapat melawan musuhnya, pintar, mampu berfikir dan berkarya, dapat memimpin dan bekerja keras sebagai tulang punggung keluarga. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika, dan sama-sama menggambarkan bagaimana perempuan digambarkan melalui media massa. Namun perbedaannya adalah penelitian ini mengkaji tentang Representasi perempuan dalam film wanita tetap wanita, sedangkan peneliti mengkaji perempuan jagoan terhadap iklan GOJEK.

Kelima, penelitian yang berjudul "Representasi Pemimpin Perempuan Pada Tokoh Furiosa Dalam Film Mad Max: Fury Road" oleh Baiq Kamila Azkiya. Isu yang diangkat mengenai persepsi pemimpin perempuan yang dibentuk oleh media massa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Teori-teori yang digunakan penelitian ini yaitu, representasi perempuan dalam film, feminisme, konsep kepemimpinan dan gender, film sebagai alat konstruksi sosial dan representasi, serta semiotika dalam film. Hasil penelitian dalam film ini menunjukan pemimpin perempuan bernama Furiosa berhasil mematahkan stigma dan persepsi bahwa perempuan bukan makhluk yang lemah.

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif. dengan pendekatan analisis semiotika, dan sama-sama menggambarkan karakter utama yang tegas. Namun perbedaannya adalah penelitian ini mengkaji tentang representasi pemimpin perempuan pada tokoh Furiosa dalam film Mad Max: Fury Road, sedangkan peneliti saat ini mengkaji representasi perempuan jagoan terhadap iklan GOJEK.

F. Kerangka Teori

1. Perempuan Dalam Iklan

Iklan adalah bentuk dari suatu pesan informasi yang isinya berupa tulisan, gambar foto atau video yang menarik tentang sebuah produk atau jasa dan ditujukan terhadap khalayak. Iklan dikeluarkan oleh suatu lembaga atau instansi, atau perusahaan. Iklan biasanya akan ditampilkan dan dipasang agar dapat dilihat oleh banyak orang baik secara *offline* maupun online seperti koran, majalah, tabloid, televisi, radio, blog, media sosial, baliho dan lainnya. Secara umum, iklan dianggap sebagai bentuk komunikasi non personal perusahaan, produk, jasa, merek, dan lain-lainnya dengan kompensasi biaya tertentu.

Komunikasi yang terdapat dalam iklan bertujuan untuk memotivasi calon konsumen dan mempromosikan barang atau jasa, mempengaruhi pendapat publik, dan mempengaruhi publik untuk berpikir atau bertindak sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Minimal Iklan juga harus mempunyai *power* untuk membujuk, mendorong, serta mengarahkan khalayak agar mengetahui dan mengakui kebenaran dari pesan yang disampaikan melalui iklan, dan semaksimal mungkin mempengaruhi kesadaran khalayak agar berminat dan terpengaruh untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang diiklankan.

Dalam media massa terutama iklan, penggambaran sosok perempuan seringkali masih tidak imbang dibandingkan dengan laki-laki. Bisa dikatakan bahwa nyaris tidak ada iklan yang tidak melibatkan perempuan namun tidak sebagai subyek tanda melainkan obyek tanda. (Kasiyan, 2008: 6). Sehingga memunculkan makna negatif karena iklan mengedepankan bentuk organ tubuh sensitif sebagai daya tarik seksual dalam iklan, karena dianggap memiliki bagian tubuh dengan nilai estetika yang tinggi. Perempuan juga lebih mendominasi dalam hal-hal berbau *skincare*, produk-produk kecantikan, atau masalah dapur. Contohnya seperti iklan sabun lux yang menampilkan model perempuan yang sedang mandi dan memperlihatkan sebagian punggungnya. Dan iklan *handbody lotion* yang menampilkan perempuan-perempuan dengan busana yang agak terbuka dan minim. Karena bagian-bagian tubuh perempuan dianggap memiliki nilai *fetis* terhadap selera patriarki. Penggambaran perempuan dalam iklan yang stereotipenya sebagai mahluk second sex, selalu tersubordinasi secara sosial oleh laki-

laki. (Winata, 2017). Perempuan juga dianggap cenderung lebih emosional dan laki-laki kebalikannya yaitu lebih rasional. Dalam sektor publik pun seringkali didominasi oleh laki-laki untuk mencari nafkah, dan perempuan berkuasa pada sektor domestik seperti mengurus pekerjaan rumah dan merawat anak. Dan laki-laki sering distreotipkan sebagai seorang pemimpin dan perempuan adalah yang dipimpin dan perlu untuk dilindungin. Namun sebenarnya perempuan memiliki kemampuan dan potensi yang sama dengan laki-laki untuk bekerja dan keluar dari kungkungan tradisi lama. (Putri, Abdurahman, bakhtaruddin, 2013).

2. Perempuan Jagoan

Seiring berkembangnya zaman, kaum perempuan berusaha membuktikan diri mampu mendapatkan hak yang layak dari pendidikan dasar hingga sarjana, kedudukan profesi yang setara dengan kaum pria, dan hak-hak lainnya. Djoharwinarlien (2012 : 33) menyatakan bahwa, perempuan berhak mendapatkan haknya untuk bebas, mendapatkan pendidikan, pekerjaan yang layak, serta mengembakan diri untuk meraih cita-cita. Hak-hak tersebut dijamin oleh konstitusi negara tanpa memandang perbedaan *gender*.

Iklan terobosan baru yang dciptakan oleh perusahaan GOJEK, mengangkat tema perempuan dengan karakter jagoan. Karakter perempuan dalam iklan ini berbeda dengan iklan-iklan pada umumnya yang selalu mengutamakan kemolekan dan lekuk tubuh perempuan. Karakter perempuan dalam iklan tersebut digambarkan sebagai sosok perempuan jagoan dengan karakter tangguh dan pemberani, yang mampu mencari jalan keluar atas apa yang sedang dihadapi untuk mempertahankan hidupnya.

Seperti jagoan pada umumnya yang kerapkali ditampilkan di film-film, karakteristik seorang jagoan selalu digambarkan memiliki wajah tegas, tubuh atletis, sifat yang cool serta disegani karena memiliki karisma yang khas.

Menurut Saidi (2007:43), kata jago yang merupakan kata dasar dari jagoan adalah *loanword* dari Bahasa portugis yang berarti *champion* atau juara. Istilah kata jagoan sendiri memiliki makna positif, dan kata ini akan disandingkan kepada orang-orang yang berpengaruh, orang yang kuat, pemberani, dan jago dalam beladiri atau bertarung baik secara fisik maupun akal pikiran.

Dalam penelitian Winata (2017), perempuan dengan karakter jagoan digambarkan dalam iklan televisi susu Nutrilon Royal Advance Pronutra Plus "One Step A Head" merk Dancow yang tayang sekitar tahun 2017 awal dan memperlihatkan seorang balita perempuan memanjat tebing dan memenangi perlombaan panjat tebing tersebut, yang biasanya olahraga ini didominasi oleh kaum laki-laki. Tidak hanya itu, di bagian *scene* lainnya balita perempuan ini memenangkan perlombaan catur yang dimana lawan mainnya adalah laki-laki yang usianya lebih tua darinya. Winata menjelaskan bahwa selain memperlihatkan kekuatan otot, iklan ini juga menggambarkan kecerdasan otak yang dimilikinya. Iklan ini dianggap berbeda dengan iklan-iklan lainnya yang dimana lebih sering menampilkan balita laki-laki sebagai peran utamanya. Dan balita perempuan sering digambarkan menjadi sosok yang penurut, dan lemah lembut.

Adi Wibowo (2015) dalam penelitiannya mengenai representasi perempuan dalam film "Wanita Tetap Wanita" menjelaskan bahwa perempuan sebenarnya memiliki jiwa yang kuat, dan akan bangun dari keterpurukan. Mereka akan menghadapi masalahnya dengan berani, karena perempuan itu kuat dan pintar, mampu untuk berfikir dan berkarya serta dapat memimpin dan bekerja keras sebagai tulang punggu keluarga. Hal ini dapat dilihat dengan keadaan sekarang yang dimana para pejabat atau petinggi Negara terdapat kaum perempuan. Dan tak sedikit perempuan jaman sekarang yang mempunyai *basic* beladiri untuk perlindungan terhadap diri sendiri.

3. Representasi Perempuan di Media Massa

Istilah representasi sendiri menggambarkan serta menunjuk pada bagaimana seorang individu, suatu kelompok, pendapat atau gagasan tertentu ditampilkan dalam suatu media massa. Representasi adalah bagian esensial dari proses di mana makna diproduksi dan dipertukarkan diantara anggota – anggota dari sebuah budaya. Representasi melibatkan penggunaan dari bahasa, tanda – tanda dan gambar –gambar yang mewakili atau merepresentasikan sesuatu (Ida, 2014:51). Representasi mengaitkan hubungan antara bahasa dan makna terhadap suatu budaya. Artinya dalam representasi bahasa seringkali digunakan untuk mengatakan atau berkata suatu hal yang mengandung makna kepada orang lain,

Karya-karya terdahulu maupun budaya populer terkait kaum perempuan menyebut kaum ini dengan kata “Tuchman” atau “anihilasi perempuan secara simbolis”. Hal ini merujuk terhadap bagaimana cara representasi atau penggambaran media terhadap kaum perempuan dengan mengabaikan dan meremehkan kepentingan mereka. Dengan kata lain, perempuan dianggap tidak ada. Berbagai representasi kultural kaum perempuan di dalam media massa dianggap bekerja mendukung dan meneruskan pembagian kerja seksual yang sudah umum diterima maupun konsepsi–konsepsi ortodoks feminitas dan maskulinitas (Strinati, 2016: 223).

4. Musik Sebagai *Backsound* Dalam Iklan

Menurut Bordwell (dalam Nugraha, 2019) kehadiran musik dikehidupan manusia menjadi salah satu bentuk kesenian yang begitu dekat, dan bukanlah hal baru lagi untuk dijumpai. Musik merupakan salah satu dari 3 klasifikasi bentuk suara. Yang pertama *speech*, kedua musik, dan yang terakhir adalah *noise/sound effect*.

Musik dihasilkan dari suara-suara yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk nada, irama, dan lagu yang mempunyai peran dalam memperkuat atau bahkan membangun mood. Menurut pernyataan Tomlinson Holman dalam bukunya yang berjudul Sound for Film and Television dapat disimpulkan bahwa *backsound* dalam iklan atau film seringkali dilebih-lebihkan dari realitasnya. Hal tersebut dikarenakan dalam proses perekaman dilapangan terdapat banyak suara yang terekam, sementara beberapa suara harus terdengar jelas. (Nugraha, 2019). Dengan demikian penonton diajak untuk merasakan sensasi yang dialami oleh tokoh utama. Musik juga berfungsi menambah emosi, seperti senang, sedih, takut, berani, kecewa, bingung dan lain sebagainya. (Purnomo, 2015).

Pemakaian backsound berupa musik dalam iklan mempunyai peran untuk memnyampaikan informasi non-verbal. Musik yang ditempatkan secara diegetic akan mempunyai interaksi dengan tokoh sekaligus menjadi pengiring adegan, lebih tepatnya musik yang akan digunakan berupa lagu. Jika non-diegetic musik berperan dalam mengiringi aksi tokoh utama yang berada dalam suasana mencekam. Secara bentuk musik non-diegetic akan terdengar tidak terlalu musikal, dominasi texture dan dinamis.

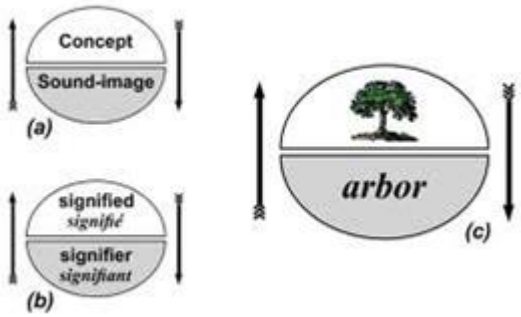
Musik non-diegetic akan memperkuat konsep utama dalam membangun ketegangan (suspense). (Nugraha, 2019).

5. Semiotika

Semiotika adalah ilmu yang mengkaji tentang tanda-tanda terdapat dalam suatu objek untuk diketahui makna apa yang terkandung didalamnya. Dalam teorinya Pierce (1995) tanda dalam sebuah gambar dapat digolongkan menjadi semiotik, diantaranya yaitu, indeks, dan simbol. Tanda simbol mirip dengan objek yang mewakilinya, atau dapat dikatakan memiliki ciri-ciri yang sama.

Contohnya seperti peta Kalimantan adalah ikon dari daerah wilayah Kalimantan dan sesuai dengan bentuk aslinya. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan sebab-akibat dari objek yang diwakilinya dan bisa dijadikan bukti. Sebagai contohnya adalah jejak telapak kaki di pasir pantai merupakan indeks bahwa ada orang yang baru saja melewatinya. Simbol adalah tanda yang didasari pada suatu konvensi, perjanjian, serta aturan yang sebelumnya sudah disepakati bersama. Sebagai contoh besar yang berada pada Negara Indonesia yaitu lambang burung garuda yang memiliki 5 makna besar bagi masyarakat Indonesia. Saussure (1966), hanya benar-benar menaruh perhatian pada sebuah simbol karena kata-kata menurutnya adalah sebuah simbol.

Saussure memberikan pandangan terhadap suatu tanda-tanda lalu membaginya menjadi 2 elemen. Yang pertama berupa aspek citra atau bunyi (kata atau representasi visual) dan konsep mengenai citra bunyi itu sendiri. Diagram dibawah ini merupakan gambaran dari gagasan Saussure.



Gambar 1. Diagram Saussure

Diagram tersebut menggambarkan kesatuan dari tanda, penanda, dan petanda. Menurut Saussure tanda-tanda itu seperti sebuah lembaran kertas. Di satu sisi adalah *penanda* dan sisi lainnya menjadi *petanda* dan tandanya adalah kertas itu sendiri. Baginya, di antara penanda dan petanda mempunyai sifat *arbiter* (bebas), secara kebetulan maupun yang sudah diterapkan. Artinya, pengertian penanda itu mempunyai hubungan alamiah dengan petanda (Saussure, 1966).

Roland Barthes merupakan penerus dari pemikiran Saussure. Barthes meneruskan pemikiran yang diciptakan oleh Saussure dengan menekan bahwa interaksi antara teks dengan pengalaman personal dan kultural penggunanya, interaksi konvensi dalam teks dengan konvensi yang dialami dan diharapkan oleh penggunanya. Gagasan ini dikenal dengan nama "*order of signification"* (Krisyantono, 2009 : 270).

Tidak hanya itu, metode semiotika bertingkat yang diciptakan oleh Barthes merupakan metode yang terkenal yaitu menganalisa lebih mendalam dan mengaitkannya dengan mitos.

a. Denotasi

Merupakan pemaknaan tingkat pertama di antara petanda dan penanda. Dalam hal ini, denotasi dikenal atau dimengerti sebagai makna yang sesungguhnya. Denotasi ini biasanya mengacu pada penggunaan bahasa dengan arti yang sesuai dengan makna apa yang terucap (Alex Sobur 2004 : 70-71)

b. Konotatif

Konotatif adalah pemaknaan setelah denotasi, ia termasuk dalam tingkat kedua atau lanjutan dari denotasi. Metode ini yaitu gabungan dari beberapa gambaran atau pengujaran ketika melihat sesuatu (denotatif) yang bersinggungan dengan pertanda

c. Mitos

Menurut Barthes, mitos merupakan pesan yang memiliki kaitan dengan sistem komunikasi. Hal ini digunakan sebagai salah satu cara untuk penandaan, bentuk, dan jenis tuturan. Mitos tidak menyembunyikan apapun, fungsinya adalah untuk mendistorsi bukan menghilangkan, tidak perlu ada kondisi bawah sadar untuk menerangkan mitos

relasi yang menyatukan konsep mitos dengan maknanya pada hakikatnya merupakan sebuah relasi deformasi (memperburuk) pada makna mitos tersebut yang didistorsi oleh konsep (Strinati, 2016:140).

G. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigm konstruktivisme yang dimana menurut Hidayat (2003: 3), paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* yang berdasarkan pada pengamatan secara langsung serta terperinci terhadap pelaku sosial. Sedangkan Patto (2002) menurut pandangannya mengenai konstruktivis menjelaskan bahwa para peneliti mempelajari realita yang terkonstruk dalam kehidupan seorang individu dan implikasi konstruksi tersebut dengan yang lain. Setiap individu memiliki pengalaman yang unik dalam konstruktivis. Oleh karena itu, strategi ini seperti menggambarkan setiap perilaku individu dalam memandang dunia, dan perlu adanya rasa untuk menghargai atas dari pandangan tersebut. (Patton, 2002).

Paradigma konstruktivisme merupakan pemahaman mengenai kebenaran dalam realitas sosial dilihat dari aspek hasil konstruksi sosial, dan kebenarannya bersifat relatif. Teori mengenai konstruktivisme juga dibangun berdasarkan teori sebelumnya, yaitu teori konstruksi pribadi atau personal oleh George Kelly. Dalam teorinya ia menyatakan bahwa, seorang individu memahami pengalamannya dengan cara mengelompokkan peristiwa tersebut berdasarkan kesamaannya, lalu membedakannya melalui perbedaannya.

Peneliti akan menggunakan paradigma ini dalam penelitian dengan cara menyelidiki atau mengamati secara keseluruhan objek penelitian terkait tingkah laku, interaksi, serta respon, untuk memperoleh data secara jelas dan rinci. Sehingga dalam menggunakan paradigma konstruktivis ini peneliti sangat terbantu saat mengungkap representasi perempuan sebagai sosok yang mempunya sisi jagoan.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif, dengan analisis semiotika. Metode Kualitatif menurut Denzim dan Lincoln (dalam Moleong, 2016:5) merupakan metode penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.. Metode ini dianggap cocok dengan penelitian ini karena efektif untuk mendeskripsikan atau mencari tahu tentang pemaknaan semiotic terhadap representasi perempuan jagoan. Sedangkan untuk mengkaji makna tanda-tanda dalam perempuan jagoan peneliti menggunakan analisis semiotika Roland Barthes.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi sangat sering digunakan dalam berbagai penelitian. Tujuannya agar informasi yang didapatkan mendukung analisis dan interpretasi data. Contoh dokumentasi yang berbentuk tulisan adalah catatan harian, historis/ catatan sejarah, biografi, peraturan, dan kebijakan. Dokumentasi berbentuk gambar seperti sketsa dan foto. Sedangkan dokumentasi seni berupa patung dan film.

Dalam penelitian ini, data yang diperlukan guna mendukung proses jalannya penelitian adalah foto dan dialog yang didapatkan dari tiap *scene-scene* iklan Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka yang mengandung makna perempuan jagoan. Data foto didapatkan dengan menangkap layar (*screenshot*) pada iklan, dan dialog didapatkan dari audio visual pada *scene* yang sesuai dengan fokus penelitian yaitu perempuan jagoan.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan oleh peneliti untuk membantu dan mendukung dalam proses penelitian. Studi pustaka mengarah kepada pencarian data berupa informasi melalui buku-buku, jurnal penelitian, maupun dokumen-dokumen

lainnya yang mendukung proses penelitian yang berkaitan dengan perempuan jagoan.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis semiotikalah yang digunakan dalam teknik menganalisis data. Metode ini digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan makna yang terkandung dalam perempuan jagoan dalam iklan Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka menggunakan tanda-tanda yang terdapat dalam iklan tersebut.

5. Unit Analisis Data

Penelitian ini menempatkan potongan *scene-scene* yang sudah di *screenshoot* pada iklan GOJEK Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka sebagai unit analisisnya. Yang mana terpilihnya iklan ini karena memiliki fenomena kriteria yang sesuai dan berkaitan dengan penelitian ini, yaitu untuk menganalisis representasi perempuan jagoan dalam iklan GOJEK. Analisis pada potongan *scene* ini nantinya akan menghasilkan pemaknaan peneliti terhadap sosok perempuan jagoan lengkap disertai dengan mitos dan ideologi yang terkandung didalamnya.

Berikut ini adalah 7 potongan *scene* dalam iklan yang memperlihatkan konteks perempuan dalam sosok jagoan dan nantinya akan digunakan sebagai data analisis dalam penelitian ini:

Tabel. 1 (Iklan 1: Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal)

No	Visual	Latar	Tima
1.		Dikamar Pevita	00.15

	(Gambar 1.1)		
Pevita yang terbangun dari tidurnya, mendapati rumahnya telah dibom oleh sekelompok pria berbaju hitam dengan membawa senjata, ia langsung mengambil senjata dan mulai menembak ke arah mereka. *Scene* ini memperlihatkan sisi jagoan dalam diri Pevita yang handal dalam memegang senjata.		Audio: Suara tembakan dan musik	
2.	 **(Gambar 1.2)**	Dikamar Pevita	00.21
Ia mengganti senjatanya menjadi *shotgun* lalu menembaknya sekali ke arah mereka. *Scene* ini juga memperlihatkan sisi jagoan dalam diri Pevita yang sudah handal dalam memegang senjata yang terbilang sangat berbahaya.		Audio: Suara tembakan dan musik	
3.	 **(Gambar 1.3)**	Dilorong rumah Pevita	00.50
Pevita mengganti baju menjadi busana *training* dan berjalan di lorong rumahnya dengan korban-korban yang sudah mulai berjatuhan akibat dari tembakannya. *Scene* ini memperlihatkan Pevita berhasil melawan sebagian sekelompok pria tersebut.		Audio: suara musik	

4.	 **(Gambar 1.4)**	Dapur rumah Pevita	00.57
Senyum Pevita yang mengetahui jika dari arah belakang dirinya hampir dipukul. *Scene* ini memperlihatkan Pevita yang tampak tenang dalam menghadapi musuhnya.		Audio: suara musik	
5.	 **(Gambar 1.5)**	Dapur rumah Pevita	1.02
Pevita melawan para penjahat hanya dengan menggunakan teflon. *Scene* ini memperlihatkan kelihaian Pevita dalam bertarung melawan para penjahat tersebut.		Audio: suara musik dan pukulan.	

Tabel. 2 (NO CLICKBAIT: Pevita Murka)

No	Visual	Latar	Time

1.	 **(Gambar 1.6)**	Di Sebuah ruangan yang gelap	00.40
Ekspresi wajah Pevita yang sudah tidak tahan lagi ingin marah mendengar ucapan dari narator yang mengata-ngatai dirinya.		Pevita: “”BERISIK”	
2.	 **(Gambar 1.7)**	Di Sebuah ruangan yang gelap	00.42
Pevita mengarahkan tongkatnya ke arah depan lalu menembak. Seakan-akan sedang menembak si narator yang berbicara hal buruk mengenai dirinya.		Audio: Suara tembakan	

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Tentang Iklan GOPAY

Iklan GOPAY yang dibintangi oleh Pevita Pearce merupakan iklan yang bertujuan untuk mengenalkan fitur pembayaran digital dari perusahaan GOJEK. Inovasi ini diciptakan untuk memberikan memudahkan dan kenyamanan para pengguna aplikasi layanan GOJEK dalam bertransaksi.

Beberapa iklan GOPAY yang dibintangi oleh Pevita Pearce berdurasi kurang lebih dua menit dan dibuat layaknya seperti film pendek, dengan menggunakan seni bela diri. Menunjukan keunikan dari iklan lainnya, peran Pevita digambarkan menjadi sosok perempuan yang jagoan. Iklan yang disutradarai oleh Timo Tjahjanto dan disponsori oleh GOJEK ini memberikan kesan pada penonton yang cukup baik, karena dianggap unik dan menaikkan status derajat wanita. Tak hanya itu, Pevita sendiri yang biasanya selalu digambarkan sebagai seorang aktris yang *girly* dan sering berlangganan terhadap iklan-iklan *skincare* dan sabun mandi wanita, beralih ke akting laga dengan *setting* modern. Timo Tjahjanto terinspirasi membuat iklan ini dari gim-gim yang sedang hits di kalangan milenial sekarang.

SPV Marketing GOPAY Timothius Martin, menjelaskan jika keberadaan Pevita dalam iklan GOPAY ini karena ingin menunjukkan sisi lain dari Pevita. Dirinya ingin mendobrak stigma soal perempuan yang tidak pantas bermain gim atau bermain gim itu harus jago. (Dkatadata.co.id, 2020, https://katadata.co.id/tim-publikasikatadata/digital/5e9a4214d5ef5/cerita-di-balik-iklan-gopay-yang-bikin-pev-ita-pearce-murka, 30 Oktober 2020). Tidak hanya itu, keberadaan Pevita juga dianggap sebagai pendobrak bahwa kaum wanita tidaklah lemah. Reza Putranta sebagai GOPAY Senior Marketing Manager memberitahu kepada publik yang diunggah dalam website CNN Indonesia https://www.cnnindonesia.com/tekno-logi/20191205125349-190-454404/aksi-bela-diri-pevita-pearce-di-iklan-gopay-bikin-terkesima, jika perilisan iklan GoPay tersebut bersamaan dengan pengumuman resmi bahwa aktris Pevita Pearce diangkat menjadi brand ambassador GOPAY yang terbaru.

Dari data statistika dalam katadata.co.id, memperkirakan mayoritas pemain gim mempunyai rentang usia kisaran 21 tahun hingga 26 tahun. Dengan persentase laki-laki 26% dan perempuan agak dibawahnya yaitu 21%. Pada tahun 2018, terdapat sekitar 60 juta *gamers* dalam negeri, dan diperkirakan oleh MMA *(Mobile Marketing Association)* naik menjadi 100 juta orang pada tahun 2020. Penambahan populasi ini dipengaruhi karena semakin banyaknya jenis video gim-gim yang menarik.

Indonesia yang merupakan salah satu gim terbesar se Asia Tenggara dengan nilai sebesar US$ 941 juta atau setara dengan Rp 13 triliun, menjadi roda bisnis bagi perusahaan GOJEK dengan menampilkan GOPAY sebagai metode pembayarannya. Dan hingga saat ini, GOPAY menjadi satu-satunya uang elektronik yang bisa digunakan dalam google play.ws.

B. Sinopsis Iklan GOPAY

1. Rumah Pevita Diserang oleh Orang Tidak Dikenal

Iklan *Rumah Pevita Diserang oleh Orang Tidak Dikenal* berawal dari Pevita terbangun dari tidurnya tepat pukul 07.00 pagi. Ia dikagetkan dengan pintu kamarnya yang terbuka secara tiba-tiba, dan disusul bom bergelinding di lantai kamarnya lalu meledak. Dengan keadaan kamar yang sudah hancur dan terbakar, segerombolan penjahat memasuki kamarnya dengan membawa senjata. Diluar dugaan, Pevita yang bersembunyi dibalik tempat tidurnya ternyata memegang senjata *shotgun* dan menyerang gerombolan tersebut hingga tewas.



(Gambar 2.1)

Pevita yang mengira rumahnya sudah aman dari segerombolan penjahat, menuju dapur untuk memasak air. Namun, tak disangka dari pantulan punggung wajan ia melihat wajah penjahat yang siap untuk menembaknya, dengan seni bela dirinya dengan sigap ia langsung mengambil wajan tersebut dan mulai melawan mereka satu persatu. Layaknya seperti seorang supervisor di PUBG Mobile, Pevita berhasil mengalahkan pertarungan yang tidak imbang tersebut. Bahkan dalam pertarungan tersebut ia lakukan sambil bermain game PUBG Mobile.

2. NO CLICKBAIT: Pevita Murka

Iklan *NO CLICKBAIT: Pevita Murka* memperlihatkan Pevita yang menggunakan skin hero terbaru miliknya. Namun, sang pengisi suara iklan mengejek Pevita dengan menyebutkan bahwa dirinya terdahulu sering muncul di iklan *skincare* kini nyasar ke iklan *skin game.* Lalu, kecantikan yang ia miliki hanya standar dan pas-pasan. Dan sang pengisi suara hanya ingin kamera fokus dengan *skin* yang ia kenakan saja.



(Gambar 2.2)

Pevita yang akhirnya merasa kesal dan jengkel dengan pengisi suara tersebut karena terus-terusan menyudutkan dirinya, akhirnya membuat dirinya murka dan menembakan laser biru dari tongkat sakti yang sedang ia pegang kearah lensa kamera. Tongkat sakti tersebut merupakan bagian dari *skin hero* yang ia kenakan dalam permainan *mobile legend.*

C. Reaksi Penonton Iklan GoPay

Iklan *NO CLICKBAIT*: Pevita Murka, dan Rumah Pevita Diserang oleh Orang Tidak Dikenal, yang sejak perilisannya menjadi salah satu iklan terbaik di Indonesia. Hanya dalam kurun waktu sebulan sudah mendapatkan 12 juta penonton untuk iklan Rumah Pevita Diserang oleh Orang Tidak Dikenal, dan 14 juta penonton untuk iklan *NO CLICKBAIT*: Pevita Murka.

Jumlah penonton kedua iklan tersebut tidak hanya berhenti sampai disitu saja, tetapi pada November 2020 jumlah penonton tersebut meningkat pesat. Dengan jumlah 13 juta penonton untuk iklan Rumah Pevita Diserang oleh Orang Tidak Dikenal dan 28 juta penonton untuk iklan *NO CLICKBAIT*: Pevita Murka.

Tentu saja hal ini membanjiri kolom komentar akun *YouTube* resmi GoPay Indonesia oleh warganet dengan komentar positif. Iklan tersebut dianggap iklan terbaik sepanjang masa, karena dianggap tidak biasa atau unik, dan menampilkan iklan yang layaknya seperti menonton *trailer film.*

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai temuan yang akan dianalisis menggunakan teori semiotika milik Roland Barthes. Roland Barthes adalah salah satu tokoh pencetus ilmu semiotika, teori yang dianutnya mengandung aliran semiotika yang sebelumnya dicetuskan oleh Ferdinand De Saussure yang membahas mengenai semiotika strukturalisme. Menurut Budiman (2003), pendekatan melalui gaya strukturalis ini memberikan perhatian pada kode-kode yang menjadi temuan, yang nantinya digunakan untuk membaca makna.

Langkah pertama yang akan dilakukan penulis dalam menganalisis adalah menerjemahkan tanda-tanda yang terdapat dalam *scene-scene* iklan untuk mendapatkan pesan denotasi. Langkah selanjutnya yaitu, membaca unsur-unsur yang terdapat dalam *scene* iklan lalu menjabarkan untuk mengetahui makna-makna konotasi yang terdap at pada *scene* tersebut. Setelah menerjemahkan dan menjabarkan untuk mengetahui hasil denotasi dan konotasi, maka hasil dari setiap *scene* ata u objek akan disimpulkan menjadi mitos.

A. Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal

Tabel 3.1



(Gambar 3.1)

Tanda (*Sign*):

Perempuan

Senjata Api

Bertongkat Lutut

Ruangan Hitam

Suara tembakan dan alunan musik

Denotasi :

Tanda pertama adalah perempuan. Perempuan merupakan salah dari 2 jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia. Perbedaan keduanya terlihat secara signifikan melalui biologis dan perspektif. Secara biologis perempuan memiliki organ seks yang berfungsi untuk pembiakan. Dalam perspektif maka yang ditonjolkan adalah karakter dan gaya. Jika semakin beranjak dewasa perempuan akan mengalami perubahan pada bentuk tubuhnya, dan paling signifikan yang menjadi pembeda dengan laki-laki adalah tumbuhnya payudara dibagian dada.

Tanda kedua adalah senjata api. Dalam *scene* ini, diperlihatkan Pevita yang sedang melakukan aksi penembakan menggunakan senjata api. Senjata yang digunakan oleh Pevita pada *scene* ini merupakan senjata api model QBZ-95-1. Salah satu jenis senjata yang kuat dan andal-kendati, walaupun senjata ini sudah terbilang agak kuno dan sangat ketinggalan jaman.

Tanda ketiga adalah bertongkat lutut. Gaya duduk dengan bertongkat lutut merupakan gaya duduk dengan menaikkan sebelah lutut dan satunya dilipat. Sikap duduk ini biasanya umum kerap digunakan ketika sedang makan, mengikat tali sepatu, ataupun membaca koran.

Tanda keempat adalah ruangan hitam. Ruangan hitam merupakan suatu ruangan yang dimana tidak adanya pencahayaan sama sekali yang terdapat dalam ruangan tersebut.

Tanda kelima adalah audio dari *backsound scene* pertama. Berupa suara tembakan yang berasal dari senjata, dan sebuah lantunan musik yang menghasilkan suara atau bunyi yang indah.

Konotasi dan Mitos :

Perempuan merupakan suatu bentuk identitas diri yang melekat pada diri seseorang. Dimulai dari cara berpikir, bergaya, serta cara bertindak. Dalam identitas diri jenis kelamin sangat mempengaruhi, selain itu faktor lingkungan juga ikut berperan mempengaruhi. Identitas diri menentukan seorang individu untuk menentukan karakternya, seperti sifat feminis yang dimiliki oleh perempuan. Visual yang ditampilkan dalam *scene* ini adalah perempuan yang bernama Pevita Pearce, merupakan model dan aktris papan atas yang berasal dari Indonesia. Pevita juga dikenal sebagai aktor terbaik dan banyak meraih penghargaan dalam dunia perfilman. Ia sempat memecahkan rekor sebagai pemeran utama saat berusia 17 tahun mengalahkan Laudya Cynthia Bella yang saat itu juga tingkat kepopularitasnya sangat tinggi.

Pevita dikenal memiliki gaya pesona khas yang berbeda dari artis-artis perempuan lainnya jika kerap kali artis perempuan lebih dominan menunjukan lekuk anggota tubuh pada iklan kecantikan dan perawatan, maka Pevita sering muncul dengan gaya yang berbeda, dirinya sering memainkan iklan dengan tema laga *action* dengan memamerkan otot lengannya, serta seni bela dirinya. Dengan inilah GOJEK menjadikan Pevita sebagai *brand ambassador* GOPAY karena ingin memberikan kesan dan makna perempuan yang berbeda dari biasanya. Tidak hanya itu, digambarkan bahwa Pevita menggunakan senjata api untuk melawan musuh-musuhnya. Senjata api sendiri mengkonotasikan sebagai alat untuk perlindungan diri. Seperti yang diperlihatkan pada potongan *scene* atau gambar di table 3.1, yang dimana lawan dari Pevita merupakan sekelompok penjahat dan Pevita seorang diri melawan mereka hingga terjadi adegan tembak-menembak yang sangat membahayakan dirinya. Dalam paham atau pandangan masyarakat senjata dianggap sebagai alat yang memiliki kekuatan besar. Kekuatan yang dimaksud bukanlah berupa sebuah alat, akan tetapi seperti sebuah akal atau pemikiran. Seperti kata “senjata makan tuan” yang memiliki

makna bahwa sesuatu yang direncanakan untuk mencelakakan orang lain, tapi berbalik mengenai diri sendiri.

Dalam adegan tembak-menembak, Pevita menopang tubuhnya dengan duduk bertongkat pada lututnya. Tumpuan beban yang terletak pada lutut dan ujung telapak kaki ini dikonotasikan sebagai gaya duduk. Gaya duduk juga memiliki bentuk varian dan keberagaman dan pemakaiannya menyesuaikan dengan kebutuhan. Seperti Pevita yang menggunakan duduk dengan bertongkat lutuk agar tumpuan badannya lebih condong kearah depan. Dan fungsi duduk sendiri adalah untuk menopang sebagian tubuh.

Ruangan hitam dan gelap cenderung identik dengan kesan misterius, mistis, dan mencekam namun warna-warna gelap seperti hitam dan *navy* seringkali juga menjadi warna-warna faforit karena dianggap bisa menampilkan gaya keren atau *cool*, tak heran jika pada jaman millenial saat ini warna hitam menjadi salah satu warna faforit. Pemaknaan ruang gelap atau hitam sendiri dalam scene tersebut yaitu ingin memberikan kesan suasana yang mencekam namun objek terlihat tetap *cool* ditambah dengan penyorotan cahaya yang berasal dari jendela untuk memberikan kesan agar fokus terhadap objek. Dalam scene ini ruangan gelap dan cahaya dinggap memiliki keterikatan untuk menonjolkan objek agar telihat lebih dominan.

Suasana tegang dengan adanya suara tembakan yang menggelegar dan memenuhi seisi ruangan, didukung dengan adanya alunan musik yang mengiring adegan tembak-menembak dalam tiap *scene* nya seperti menambahkan kesan mencekam dalam suasana tegang tersebut. Alunan musik yang menggiringi setiap adegan Pevita dalam scene ini seperti menonjolkan dirinya dan mendukung suasana yang terjadi dalam adegan tersebut. Tak jarang adegan-adegan seperti ini sering ditampilkan di film-film dengan *genre* yang serupa, untuk menambahkan kesan mencekam dan menegangkan agar penonton terbawa kedalam susasana tersebut.

Tabel 3.2

Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada *Scene* 1

Tanda ***(Sign)***	**Denotasi**	**Konotasi**
Perempuan	Jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia	Identitas diri
Senjata Api	Alat untuk menembak	Alat untuk perlindungan diri
Bertongkat Lutut	Melipat salah satu kaki ke kebelakang dan menekukan kaki yang satunya.	Gaya duduk
Ruangan hitam	Ruangan dengan nuansa gelap. Hitam merupakan warna yang *cool*	Misterius
Suara tembakan dan alunan musik	Suara yang dihasilkan dari senjata. Dan lantunan bunyi atau nada yang yang indah.	Mencekam dan tegang

Tabel 3.3



(Gambar 3.2)
Tanda (*Sign*): Perempuan Bazoka Suara tembakan dan alunan musik

Denotasi :

Tanda pertama adalah perempuan. Perempuan merupakan salah dari 2 jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia. Perbedaan keduanya terlihat secara signifikan melalui biologis dan perpektif. Secara biologis perempuan memiliki organ seks yang berfungsi untuk pembiakan. Dalam perspektif maka yang ditonjolkan adalah karakter dan gaya. Jika semakin beranjak dewasa perempuan akan mengalami perubahan pada tubuhnya, yang paling signifikan dan menjadi pembeda dengan laki-laki adalah tumbuhnya payudara dibagian dada.

Tanda yang kedua adalah bazoka. Dalam *scene* diatas diperlihatkan Pevita sedang menggunakan senjata bazoka untuk menembak dan melawan penjahat yang memasuki rumahnya. Bazoka mulai muncul sekitar Perang Dunia ke-ll. Saat itu tank-tank musuh menjadi salah satu ancaman bagi para tentara infanteri karena hasil ledakannya yang membuat para tentara merasa kesulitan dalam pertempuran, hingga akhirnya mereka menemukan ide untuk menciptakan sebuah senjata yang lebih besar dan terciptalah saat itu senjata yang bernama bazoka.

Tanda ketiga adalah audio dari *backsound scene* pertama. Berupa suara tembakan yang berasal dari senjata, dan sebuah lantunan musik yang menghasilkan suara atau bunyi yang indah.

Konotasi dan Mitos :

Perempuan memiliki konotasi yaitu identitas diri. Hal ini dikarenakan orang-orang akan berpandangan melalui identitas yang ditampilkan, serta juga memudahkan untuk mengingat tentang jati diri seseorang. Pevita yang menjadi visual dalam scene

tersebut memperlihatkan kelihaian, fokus, dan kuat dalam memegang senjata memperlihatkan bahwa identitas diri dia yang sebagai seorang perempuan juga mampu berperan seperti laki-laki karena bisa mengandalkan senjata dengan baik.

Bazoka dikonotasikan sebagai alat untuk perlindungan diri dan memiliki fungsi yang sama dengan senjata api yaitu untuk menembak. Namun dalam segi skala kekuatan bazoka lebih unggul dibandingkan dengan senjata api biasa. Karena bisa menghancurkan suatu bangun dengan 1 kali tembakan. Dalam persepsi mitos kata bazoka sendiri diibaratkan seperti kekuatan, seperti kalimat ”tenagaku kuat bagaikan bazoka”, dengan arti dan maksud bahwa sebenarnya dia memiliki kemampuan otot yang sangat kuat dan apabila digunakan untuk bertarung dan bisa dapat melumpuhkan lawannya.

Suasana tegang dengan adanya suara tembakan yang menggelegar dan memenuhi seisi ruangan, didukung dengan adanya alunan musik yang mengiring adegan tembak-menembak dalam tiap *scene* nya seperti menambahkan kesan mencekam dalam suasana tegang tersebut. Alunan musik yang menggiringi setiap adegan Pevita dalam scene ini seperti menonjolkan dirinya dan mendukungng suasana yang terjadi dalam adegan tersebut. Tak jarang adegan-adegan seperti ini sering ditampilkan di film-film dengan *genre* yang serupa, untuk menambahkan kesan mencekam dan menegangkan agar penonton terbawa kedalam susasana tersebut

Tabel 3.4

Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada *Scene* 2

Tanda *(Sign)*	**Denotasi**	**Konotasi**
Perempuan	Jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia	Identitas diri
Bazoka	Alat untuk menembak	Alat untuk perlindungan diri

Suara tembakan dan alunan musik	Suara yang dihasilkan dari senjata. Dan lantunan bunyi atau nada yang yang indah.	Mencekam dan tegang

Tabel 3.5



(Gambar 3.3)

Tanda (*Sign*):

Perempuan

Baju Olahraga

Dinding Hancur

Alunan musik

Denotasi :

Tanda pertama adalah perempuan. Perempuan merupakan salah dari 2 jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia. Perbedaan keduanya terlihat secara signifikan melalui biologis dan perpektif. Secara biologis perempuan memiliki organ seks yang berfungsi untuk pembiakan. Dalam perspektif maka yang ditonjolkan adalah karakter dan gaya. Jika semakin beranjak dewasa perempuan akan mengalami perubahan pada tubuhnya, yang paling signifikan dan menjadi pembeda dengan laki-laki adalah tumbuhnya payudara dibagian dada.

Tanda kedua adalah baju olahraga. Sesuai dengan namanya, baju olahraga merupakan baju yang terdiri dari atasan dan bawahan dan digunakan ketika berolahraga. Namun, tak jarang pakaian ini biasanya juga dipakai untuk sehari-hari.

Tanda ketiga adalah dinding hancur. Dinding merupakan suatu benda padat yang tidak dapat ditembus oleh cahaya karena lapisannnya yang sangat tebal. Dinding biasanya ditemukan pada suatu bangunan seperti rumah dan apartemen. Dinding bisa runtuh atau hancur biasanya terjadi karena tekanan yang sangat kuat.

Tanda keempat adalah audio dari *backsound scene* ketiga. Berupa sebuah lantunan musik yang menghasilkan suara atau bunyi yang indah.

Konotasi dan Mitos :

Perempuan memiliki konotasi yaitu identitas diri. Hal ini dikarenakan orang-orang akan berpandangan melalui identitas yang ditampilkan, serta juga memudahkan untuk mengingat tentang jati diri seseorang. Pevita yang menjadi visual dalam scene tersebut selain memperlihatkan kelihaian, focus, dan kuat dalam memegang senjata, ia juga memperlihatkan sosok jagoannya sebagai seorang perempuan yang berani mengambil resiko.

Setelah adegan tembak-menembak antara dirinya dengan penjahat, Pevita mengganti pakaian nya dengan setelan baju olahraga bewarna kuning. Ia terlihat sengaja menggunakan baju ini untuk memudahkannya bergerak dalam pertarungannya. Baju olahraga didesain dengan mengutamakan kenyamanan agar para pemakainya tetap bisa merasakan rasa nyaman walaupun aktifitas yang dilakukan sangat berat. Hal ini dikarenakan bahan yang digunakan dalam pembuatannya terbuat dari serat yang ringan, lentur, mudah menyerap keringat akan tetapi tetap *breathable*, serta *stretch.*

Pevita berjalan dilorong dengan dinding tembok berlubang di sisi kirinya, dinding itu merupakan sekat antara lorong rumah dengan kamarnya. Lubang besar di tembok tersebut merupakan hasil dari tembakan bazoka yang ia gunakan sebelumnya. Tembok tersebut hancur dan membentuk sebuah lubang besar karena tekanan yang berasal dari senjata bazooka cukup kuat dan besar. Dinding yang merupakan sekat atau pembatas ruangan dalam sebuah bangunan, biasanya diibaratkan menjadi sekat pelindung diri seorang manusia. Yang dimana dinding ini harus dibangun sedemikian

kokoh dan kuat agar bisa melindungi diri dari hal-hal yang tidak diinginkan. Dan ketika dinding itu hancur, maka pertahanan diri seseorang dianggap juga ikut hancur dan harus membangunnya dari awal lagi.

Pevita yang berhasil mengalahkan sebagian dari segerombolan penjahat dan terbaring tak berdaya di lorong rumah Pevita memperlihatkan sisi jagoan Pevita yang memiliki kekuatan hampir sama dengan laki-laki. Dalam adegan tersebut Pevita melingkahi satu-satu para penjahat yang terbaring, sambil berjalan ke dapur dengan diiringin suara lantunan musik. Lantunan suara musik yang mengiringi tiap langkah Pevita seperti mendukung suasana dan menonjolkan sang jagoan, Pevita.

Tabel 3.6

Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada *Scene* 3

Tanda *(Sign)*	**Denotasi**	**Konotasi**
Perempuan	Jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia	Identitas diri
Baju Olahraga	Pakaian yang terdiri dari atasan dan bawahan, digunakan ketika berolahraga	Baju dengan desain khusus yang mengutamakan kenyaman dan mudah meyerap keringat.
Dinding Hancur	benda padat yang tidak dapat ditembus oleh cahaya karena lapisannnya yang sangat tebal.	Benda padat yang hancur karena tekanan yang sangat kuat.
Alunan musik	Lantunan bunyi atau nada yang yang indah.	Pendukung suasana

Tabel 3.7



(Gambar 3.4)

Tanda (*Sign*):

Perempuan

Perempuan di Dapur

Ekspresi Wajah

Alunan musik

Denotasi :

Tanda pertama adalah perempuan. Perempuan merupakan salah dari 2 jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia. Perbedaan keduanya terlihat secara signifikan melalui biologis dan perpektif. Secara biologis perempuan memiliki organ seks yang berfungsi untuk pembiakan. Dalam perspektif maka yang ditonjolkan adalah karakter dan gaya. Jika semakin beranjak dewasa perempuan akan mengalami perubahan pada tubuhnya, yang paling signifikan dan menjadi pembeda dengan laki-laki adalah tumbuhnya payudara dibagian dada.

Tanda yang kedua adalah perempuan di dapur. Keterkaitan ikatan antara perempuan dengan dapur seakan-akan tidak bisa terputuskan. Hal ini dikarenakan pekerjaan masak-memasakan lebih dikuasai oleh seorang perempuan dibandingkan laki-laki. Walaupun tak jarang ada laki-laki yang juga bisa memasak.

Tanda yang ketiga adalah ekspresi wajah. Ekspresi merupakan ungkapan perasaan yang dilakukan seorang individu terhadap seseorang atau lebih untuk

menyampaikan emosinya, hal ini merupakan bentuk dari salah satu komunikasi nonverbal.

Tanda keempat adalah audio dari *backsound scene* keempat. Berupa sebuah lantunan musik yang menghasilkan suara atau bunyi yang indah.

Konotasi dan Mitos :

Perempuan memiliki konotasi yaitu identitas diri. Hal ini dikarenakan orang-orang akan berpandangan melalui identitas yang ditampilkan, serta juga memudahkan untuk mengingat tentang jati diri seseorang.

Dalam scene ini, diperlihatkan Pevita sedang berada di dapur untuk memasak air. Dapur dan perempuan seperti sebuah ikatan yang akan selalu berkaitan, hal ini dikarenakan seorang perempuan lebih mendominasi kegiatan yang berurusan dalam memasak, dan memasak hanya dapat dilakukan di dapur. Tidak hanya itu, terdapat pepatah yang mengatakan "setinggi apapun derajat perempuan, pasti ujung-ujungnya kedapur juga". Kalimat pepatah tersebut dikatakan ada benarnya, karena walaupun seorang perempuan mempunyai gelar sarjana akan tetapi mereka tetap mempunyai kewajiban untuk mengurusi rumah tangganya seperti menyiapkan bekal makanan untuk anak dan suaminya. Namun, hal ini tidak mebatasi bahwa seorang perempuan tetap mempunyai hak derajat yang sama dengan seorang laki-laki. Hal ini terbukti dengan banyaknya sekarang perempuan dengan karir mereka yang sukses serta menjadi motivasi untuk perempuan-perempuan lainnya.

Pevita yang menyadari terdapat ancaman dibelakangnya melalui pantulan di wajan teflon, langsung menengok kearah belakang dan tersenyum kepada penjahat tersebut. Ia seperti memberikan senyuman peringatan kearah penjahat tersebut karena telah mengganggu dirinya. Ekspresi dengan wajah senyum memiliki arti yang berbeda-beda tergantung dengan keadaannya, contohnya seperti tersenyum jika berpapasan dengan teman dijalan menandakan sapaan, lalu tersenyum dalam keadaan menangis karena kerabat meninggal atau kejadian buruk lainnya menandakan bahwa sedang menguatkan diri atau memberitahukan bahwa dirinya baik-baik saja.

Sama seperti *scene* sebelumnya, dari awal hingga akhir pergerakan Pevita selalu di iringin dengan lantunan suara musik dengan ritme yang sama. Namun, tiap lantunan

musik ini seperti mendukung pergerakan Pevita dan mendukung suasana. Seakan-akan sang musik merupakan sesosok orang yang membantu Pevita melalui lantunan bunyi dan nadanya yang indah.

Tabel 3.8

Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada *Scene* 4

Tanda *(Sign)*	**Denotasi**	**Konotasi**
Perempuan	Jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia	Identitas diri
Perempuan di Dapur	Aktifitas memasak	Sebuah keterikatan
Ekspresi Wajah	Ungkapan yang ditunjukan untuk memberitahukan perasaan	Memperingatkan
Alunan musik	Lantunan bunyi atau nada yang yang indah.	Pendukung suasana

Tabel 3.9



(Gambar 3.5)

Tanda (*Sign*):
Orang Tergeletak
Pose kuda-kuda
Wajan teflon
Alunan musik dan pukulan

Denotasi :

Tanda pertama adalah orang tergeletak. Kata tergeletak berasal dari kata dasar geletak, yang berarti terkapar atau menelentangkan diri. Biasanya dilakukan ketika dalam keadaan ingin beristirahat seperti tidur, atau merilekskan badan sejenak. Namun, dalam kondisi lain bisa diartikan berbeda.

Tanda kedua adalah pose kuda-kuda. Pose kuda-kuda merupakan pose dengan kaki dibuka lebar dengan menekuk sedikit bagian lutut kearah depan hingga hamper membentuk sudut 90 derajat. Dan kaki diposisikan kuat untuk menopang badan. Pose ini digunakan untuk menahan serangan lawan yang biasanya berasal dari arah depan, sehingga tubuh tidak mudah jatuh atau terpental ke arah belakang.

Tanda ketiga adalah wajan teflon. Wajan Teflon merupakan salah satu peralatan dapur yang digunakan untuk memasak dan memanggang. Umumnya, berbentuk pipih dan dibuat melingkar. Wajan ini terkenal lebih mahal karena kualitasnya yang lebih unggul dibandingkan wajan-wajan biasa lainnya.

Tanda keempat adalah audio dari *backsound scene* kelima. Berupa suara pukulan antara Pevita dengan para penjahat, serta sebuah lantunan musik yang menghasilkan suara atau bunyi yang indah seperti mendukung suasana adegan tersebut.

Konotasi dan Mitos :

Dalam *scene* 5 diperlihatkan Pevita berdiri sendiri dengan keadaan sekitarnya orang-orang tergeletak. Dalam bahasa sehari-hari kata tergeletak sama seperti posisi berbaring, posisi ini akan dilakukan ketika seseorang sedang merasa lelah. Sama halnya dengan *scene* diatas, Pevita yang berhasil melawan beberapa orang penjahat

menunjukan bahwa ia masih terlihat sangat kuat, sedangkan para penjahat kewalahan melawan serangan dari pevita sehingga mereka tidak sanggup untuk bangkit dari posisi berbaring untuk melawan Pevita lagi.

Layaknya seperti seorang jagoan yang mengerti dunia persilatan, Pevita menggunakan pose kuda-kuda untuk menahan serangan lawan agar tubuhnya tidak terpental jatuh kebelakang ketika berkelahi. Ia tahu bagaimana dan harus apa yang dilakukan ketika berlawanan dengan penjahat yang merupakan laki-laki dan memiliki postur badan lebih besar dan kuat darinya. Tidak hanya itu, sebagai senjata ia hanya mengandalkan kekuatan otot badan dan tangannya untuk memegang wajan teflon.

Wajan teflon yang seharusnya digunakan untuk memasak tapi dimanfaatin oleh Pevita sebagai senjata dan alat pelindung dirinya. Walaupun bukan senjata benaran, wajan teflon memiliki tingkat tekstur yang padat dan kuat karena terbuat dari baja atau logam sehingga jika terkena pukulannya, akan menimbulkan rasa sakit dan memar.

Pukulan demi pukulan menggunakan kepalan tangan yang ia arahkan kepada para pejahat tak membuat dirinya menyerah. Musuh yang ia lawan tidak hanya satu atau dua orang saja, serta pertahanan diri yang ia gunakan hanya berupa panci teflon dan keahliannya dalam bergulat. Suara pukulan serta bunyi dari panci teflon yang dilayangkan oleh Pevita kepada penjahat diiringin suara musik yang seakan-akan mendukung aksi perkelahiannya dan suasana yang terjadi saat itu.

Tabel 3.10

Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada Gambar *Scene* 5

Tanda *(Sign)*	**Denotasi**	**Konotasi**
Orang Tergeletak	Terkapar atau menelentangkan diri	Posisi yang dilakukan ketika seseorang sedang merasa lelah
Pose kuda-kuda	Membuka kaki dibuka lebar dengan menekuk sedikit	Pose untuk menahan serang lawan agar tubuh

	bagian lutut kearah depan hingga hampir membentuk sudut 90 derajat	tidak terpental jatuh kebelakang
Wajan teflon	Peralatan dapur yang digunakan untuk memasak dan memanggang	Benda padat dan kuat karena terbuat dari baja atau logam, dan anti lengket
Alunan musik dan pukulan	Lantunan bunyi atau nada yang yang indah. Serangan yang dilakukan menggunakan tangan.	Pendukung suasana

B. NO CLICKBAIT: Pevita Murka

Tabel 3.11



(Gambar 3.6)

Tanda (*Sign*):

Perempuan

Ekspresi Wajah

"Memang kecantikannya cukup, cukup standar, standarr, standarr"

Denotasi :

Tanda pertama adalah perempuan. Perempuan merupakan salah dari 2 jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia. Perbedaan keduanya terlihat secara signifikan melalui biologis dan perpektif. Secara biologis perempuan memiliki organ seks yang berfungsi untuk pembiakan. Dalam perspektif maka yang ditonjolkan adalah karakter dan gaya. Jika semakin beranjak dewasa perempuan akan mengalami perubahan pada tubuhnya, yang paling signifikan dan menjadi pembeda dengan laki-laki adalah tumbuhnya payudara dibagian dada.

Tanda kedua adalah ekspresi wajah. Ekspresi wajah merupakan sebuah proses perubahan air muka yang berubah yang bergantung pada perasaan.

Tanda ketiga adalah audio dari *backsound scene* keenam, berupa sebuah narasi *"Memang kecantikannya cukup, cukup standar, standarr, standarr".* Narasi tersebut dibacakan oleh seorang narator yang berada dibelakang layar. Narasi dalam sebuah *scene* akan disesuaikan terhadap suatu objek tertentu.

Konotasi dan Mitos :

Perempuan memiliki konotasi yaitu identitas diri. Hal ini dikarenakan orang-orang akan berpandangan melalui identitas yang ditampilkan, serta juga memudahkan untuk mengingat tentang jati diri seseorang.

Terlepas peran Pevita di scene iklan sebelumnya yang berjudul "Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal", pada scene iklan "NO CLICKBAIT: Pevita Murka" Pevita berperan menjadi seorang *hero* pada game *mobile legend*. *Hero* dalam bahasa Indonesia berarti pahlawan, jika mendengar kata pahlawan seseorang akan berpikir bahwa pahlawan adalah sebuah sosok yang memiliki kekuatan super untuk menaklukan semua masalah didunia, pemikiran ini terbawa karena banyaknya film-film yang menampilkan karakter super hero dengan kekuatan-kekuatan unik mereka. Namun,

dalam realita sosok pahlawan merupakan sebuah pengorbanan dan perjuangan seseorang dalam membela kebenaran dengan gagah berani. Seperti RA Kartini yang merupakan pahlawan nasional karena telah memperjuangkan hak-hak perempuan di Indonesia, sehingga saat ini perempuan dapat mewujudkan cita-citanya dan bebas berekspresi.

Pevita yang awalnya menampilkan ekspresi wajah dengan sangat senang, seketika berubah menjadi cemberut dan kesal karena perkataan yang disampaikan oleh suara latar yang menyudutkan dirinya.

Pevita merasa kesal saat sang pengisi suara latar mengatakan *"Memang kecantikannya cukup, cukup standar, standarr, standarr".* Kata 'nya' itu menunjuk pada wajah dan paras Pevita dan sang pengisi suara ingin kameranya fokus saja pada *skin hero* yang ia gunakan.

Untuk menjadi seorang wanita terkadang dituntut untuk menjadi selalu sempurna. Bagi mereka yang selalu mengkritik tentang kekurangan seseorang merasa hal itu bukan sebuah masalah, namun faktanya banyak sekali wanita-wanita yang berusaha untuk merubah drastis dirinya dengan operasi plastik dan diet ketat hanya untuk mengikuti standar kecantikan

Tabel 3.12

Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada *Scene* 6

Tanda *(Sign)*	**Denotasi**	**Konotasi**
Perempuan	Jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia	Identitas diri
Ekspresi Wajah	Air muka yang ditunjukan untuk memberitahukan perasaan	Kesal

"Memang kecantikannya cukup, cukup standar, standarr, standarr"	Narasi yang terdapat dalam scene ini yang disampaikan kepada Pevita	Mengejek

Tabel 3.13



(Gambar 3.7)

Tanda (*Sign*):

Perempuan

Tatapan Mata

Suara Tembakan

Denotasi :

Tanda pertama adalah perempuan. Perempuan merupakan salah dari 2 jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia. Perbedaan keduanya terlihat secara signifikan

melalui biologis dan perpektif. Secara biologis perempuan memiliki organ seks yang berfungsi untuk pembiakan. Dalam perspektif maka yang ditonjolkan adalah karakter dan gaya. Jika semakin beranjak dewasa perempuan akan mengalami perubahan pada tubuhnya, yang paling signifikan dan menjadi pembeda dengan laki-laki adalah tumbuhnya payudara dibagian dada.

Tanda kedua adalah tatapan mata. Mata merupakan salah satu organ penting pada tubuh manusia yang menerima reaksi dari cahaya lalu mengirimkannya ke otak dan mengubahnya menjadi impuls elektrokimia pada sel saraf. Fungsi mata adalah untuk melihat objek yang ditangkap setelah proses cahaya yang dikirimkan ke otak. Dengan mata, seseorang dapat melihat dan memperhatikan suatu objek seperti pemandangan dan menikmati keindahannya.

Tanda ketiga adalah audio dari *backsound scene* ketujuh berupa suara tembakan yang berasal dari tongkat sakti milik Pevita.

Konotasi dan Mitos :

Perempuan memiliki konotasi yaitu identitas diri. Hal ini dikarenakan orang-orang akan berpandangan melalui identitas yang ditampilkan, serta juga memudahkan untuk mengingat tentang jati diri seseorang.

Pada scene ini, tatapan mata Pevita menunjukan sebuah makna tersirat terhadap lawan bicaranya. Terlihat dari tatapannya yang sangat tajam seperti menggambarkan bahwa ia sedang menahan amarah untuk dilampiaskan. Tatapan mata yang merupakan bagian dari ekspresi wajah dianggap dapat menunjukan emosi perasaan dari seorang individu seperti tatapan mata sendu yang menggambarkan seseorang sedih atau sakit, tatapan menyipit yang berarti sebuah penolakan atau ketidak setujuan, dan tatapan kosong yang berarti seseorang sedang melamun atau memikirkan sesuatu.

Di *scene* ini pandangan mata Pevita fokus lurus kedepan dengan sangat tajam seperti sudah mengunci targetnya, tatapan ini menandakan bahwa dirinya sudah sangat kesal dan marah. Kesabarannya yang telah habis hingga akhirnya meluapkan emosinya dengan menembakan laser biru dari tongkat sakti miliknya kearah kamera. Hal ini seakan-akan menggambarkan bahwa Pevita menyerang sang narator yang mengejek dirinya.

Ketika Pevita sudah tidak dapat menahan rasa amrahnya, akhirnya ia menyerang sang narator menggunakan tongkat saktinya. Tongkat ini mengeluarkan suara tembakan yang hampir mirip dengan senjata namun sedikit agak halus. Tongkat dan tembakan tersebut menggambarkan kekuatan yang dimiliki oleh Pevita, bahwa ia bukanlah seseorang yang lemah yang hanya bisa mengandalkan wajahnya saja untuk segala bidang prestasi yang ia telah raih.

Tabel 3.14

Kesimpulan Konotasi dan Denotasi pada Gambar *Scene* 7

Tanda *(Sign)*	**Denotasi**	**Konotasi**
Perempuan	Jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia	Identitas diri
Tatapan Mata	Melihat dan Memperhatikan	Kesal dan Marah
Suara Tembakan	Suara yang dihasilkan dari tongkat sakti Pevita	Kekuatan

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai pembahasan dan hasil penelitian tentang analisis semiotika perempuan sebagai jagoan dalam iklan rumah Pevita diserang orang tidak dikenal dan NO CLICKBAIT: Pevita Murka. Objek yang menjadi analisis diambil sebanyak 7 (tujuh) potongan gambar *scene* dari 2 (dua) iklan yang diperanin oleh Pevita Pearce. Dalam masing-masing potongan gambar tersebut telah dilakukan analisis semiotika menurut Roland Barthes yang meliputi denotasi, konotasi, dan mitos. Berikut tabel ringkasan dari hasil temuan penelitian tentang perempuan jagoan pada iklan GOJEK yang menggunakan teknik analasis semiotika Roland Barthes.

Tabel 4.1 Ringkasan Temuan

Tanda	Denotasi	Konotasi	Mitos
Gambar 1			
Perempuan	Jenis kelamin	Identitas diri	Femininitas, sifat feminis yang dimiliki oleh perempuan.
Senjata Api	Alat untuk menembak	Alat untuk perlindungan diri	Alat yang memiliki kekuatan besar.
Bertongkat Lutut	Melipat salah satu kaki kebelakang dan menekukan kaki yang satunya	Gaya duduk	Menopang sebagian tubuh.
Ruangan Hitam	Ruangan dengan nuansa gelap. Hitam merupakan warna *cool*.	Misterius	Suasana mencekam.

Suara tembakan dan alunan musik	Suara yang dihasilkan dari senjata. Dan lantunan bunyi atau nada yang yang indah.	Suara tembakan yang menggelegar dan memenuhi seisi ruangan disertai dengan musik.	Suasana mencekam dan tegang
Gambar 2			
Perempuan	Jenis kelamin	Identitas diri	Femininitas, sifat feminis yang dimiliki oleh perempuan.
Bazoka	Alat untuk menembak	Alat untuk perlindungan diri	Alat yang memiliki kekuatan besar.
Suara tembakan dan alunan musik	Suara yang dihasilkan dari senjata. Dan lantunan bunyi atau nada yang yang indah.	Suara tembakan yang menggelegar dan memenuhi seisi ruangan disertai dengan musik.	Suasana mencekam dan tegang
Gambar 3			
Perempuan	Jenis kelamin	Identitas diri	Femininitas, sifat feminis yang dimiliki oleh perempuan.
Baju Olahraga	Pakaian yang terdiri dari atasan dan bawahan, digunakan ketika berolahraga	Baju dengan desain khusus yang mengutamakan kenyaman dan mudah menyerap keringat	Pakaian yang berfungsi untuk melindungi tubuh.
Dinding Hancur	Benda padat yang tidak dapat ditembus	Benda padat yang hancur karena	Pembatasan diri, yang diibartkan

	oleh cahaya karena lapisanya yang sangat tebal.	tekanan yang sangat kuat.	seperti diding yang kokoh dan kuat.
Alunan musik	Lantunan bunyi atau nada yang yang indah.	Suara musik yang mengisi ruangan	Pendukung suasana
Gambar 4			
Perempuan	Jenis kelamin	Identitas diri	Femininitas, sifat feminis yang dimiliki oleh perempuan.
Perempuan di Dapur	Aktifitas memasak	Sebuah keterikatan	Keterikatan antara dapur dan perempuan.
Eksepresi wajah	Ungkapan yang di tunjukan untuk memberitahukan perasan	Memperingatan	Komunikasi yang dilakukan melalui ekspresi wajah.
Alunan musik	Lantunan bunyi atau nada yang yang indah.	Suara musik yang mengisi ruangan	Pendukung suasana

Gambar 5			
Orang tergeletak	Terkapar atau menelentangkan diri	Posisi yang dilakukan ketika seseorang sedang merasa lelah	Istirahat, melepaskan rasa beban.
Pose Kuda-Kuda	Membuka kaki dibuka lebar dengan menekuk sedikit bagian lutut kearah depan hingga hampir	Pose untuk menahan serangan lawan agar tubuh tidak	Posisi seimbang untuk mempertahankan diri.

	membentuk sudut 90 derajat	terpental jatuh kebelakang	
Wajan Teflon	Peralatan dapur yang digunakan untuk memasak dan memanggang	Benda padat dan kuat karena terbuat dari baja atau logam, dan anti lengket	Senjata pengganti yang digunakan untuk melawan.
Alunan musik dan pukulan	Lantunan bunyi atau nada yang yang indah. Serangan yang dilakukan menggunakan tangan.	Suara musik yang mengisi ruangan. Pukulan yang diarahkan kepada lawan menggunakan kepalan tangan atau telapak tangan.	Suasana tegang dan pendukung suasana.
Gambar 6			
Perempuan	Jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia Identitas diri	Identitas diri	Femininitas, sifat feminis yang dimiliki oleh perempuan.
Ekspresi Wajah	Air muka yang ditunjukan untuk memberitahukan perasaan	Kesal	Komunikasi yang dilakukan melalui ekspresi wajah.
"Memang kecantikannya cukup, cukup standar, standarr, standarr"	Narasi yang terdapat dalam scene ini yang disampaikan kepada Pevita	Mengejek	Komunikasi yang dilakukan melalui mulut (suara).

Gambar 7			
Perempuan	Jenis kelamin yang dimiliki oleh manusia	Identitas diri	Femininitas, sifat feminis yang dimiliki oleh perempuan.
Tatapan Mata	Melihat dan Memperhatikan	Kesal dan Marah	Komunikasi yang dilakukan melalui ekspresi wajah.
Suara Tembakan	Suara yang dihasilkan dari tongkat sakti Pevita	Suara tembakan yang menggelegar dan memenuhi seisi ruangan	Kekuatan

Setelah peneliti membuat tabel mengenai ringkasan temuan diatas, maka diperoleh klasifikasi-klasifikasi yang berkaitan dengan penelitian yang berjudul Representasi Perempuan Sebagai Jagoan Dalam Iklan Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan *NO CLICKBAIT*: Pevita Murka. Klasifikasi-klasifikasi tersebut menjawab rumusan masalah dari penelitian ini yaitu mengenai bagaimana perempuan di representasikan sebagai sosok jagoan dalam iklan GOJEK. Berikut adalah pembahasan dari klasifikasi yang sudah peneliti dapatkan dari ringkasan temuan di atas.

A. Perempuan Dengan Karakter Tangguh dan Pemberani

Perempuan tangguh dan pemberani, tidak takut akan tantangan layaknya seperti seorang jagoan berhasil ditemukan dalam karakter yang diperankan oleh Pevita Pearce dalam iklan GOJEK yang berjudul 'Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal'.

Stereotipe perempuan pada umumnya cenderung dianggap sebagai kaum lemah yang hidupnya pasrah dengan nasib, selalu putus asa jika dihadapkan dengan keadaan genting atau berbahaya. Dalam iklan pun perempuan lebih dominasi terhadap produk-produk *skincare*, kecantikan, atau masalah dapur. Anggapan tersebut tidak sepenuhnya benar, karena seorang perempuan tidak seperti apa yang digambarkan oleh masyarakat umum. Anggapan kuno yang dimana perempuan selalu dinomorduakan dan dianggap

lemah, serta harus patuh dengan lawan jenis untuk berdiam diri dirumah. Djoharwinarlien (2012 : 33) menyatakan bahwa, perempuan berhak mendapatkan haknya untuk bebas, mendapatkan pendidikan, pekerjaan yang layak, serta mengembakan diri untuk meraih cita-cita. Padahal perempuan sebenarnya memiliki kemampuan dan potensi yang sama dengan laki-laki untuk bekerja dan keluar dari kungkungan tradisi lama. (Putri, Abdurahman, bakhtaruddin, 2013).

Sederhananya, peran perempuan yang berhubungan dengan rumah tangga seperti aktivitas memasak, mecuci, dan sebagainya bukanlah suatu kewajiban. Peran domestik bukan hanya kewajiban atau keharusan bagi perempuan, tetapi juga dapat dilakukan laki-laki. (Yuwanto, 2014).

Dan semakin terbukti bahwa saat ini banyak perempuan-perempuan yang mampu membela diri dan melawan untuk keluar dari zona mereka sebelumnya. Streotipe dan anggapan mengenai perempuan lemah menggugah kesadaran dan telah banyak dilakukan untuk perubahan seperti gerakan-gerakan social perempuan, para seniman, dan akademisi. (Wibowo, 2013). Sebelumnya streotipe tersebut dimanfaatkan oleh media iklan dengan memanfaatkan sensualitas tubuh perempuan. Bisa dikatakan bahwa nyaris tidak ada iklan yang tidak melibatkan perempuan namun tidak sebagai subyek tanda melainkan obyek tanda. (Kasiyan, 2008: 6). Sehingga memunculkan makna negatif karena iklan mengedepankan bentuk organ tubuh sensitif sebagai daya tarik seksual dalam iklan, karena dianggap memiliki bagian tubuh dengan nilai estetika yang tinggi. Penggambaran perempuan dalam iklan yang stereotipenya selalu sebagai mahluk second sex, dan tersubordinasi secara sosial oleh laki-laki. (Winata, 2017).

Kajian penelitian ini membahas mengenai karakter jagoan yang terdapat dalam diri seorang perempuan. Kata jagoan sendiri memiliki makna positif, karena biasanya hanya disanjungkan kepada orang-orang berpengaruh. Dalam artian seperti juara atau *champion,* orang-orang dengan fisik yang kuat, ahli dalam bela diri atau bertarung secara fisik maupun otak. Tak jarang kata-kata ini lebih sering didengar dan disandingkan hanya kepada kaum laki-laki karena dianggap lebih layak namun dipatahkan dengan adanya kemunculan Pevita dan perempuan-perempuan lainnya dengan karakter jagoan.

Perempuan jagoan merepresentasikan bahwa orang yang memiliki karakter ini memiliki rasa keberanian diri yang tinggi dan tangguh dalam mengatasi masalah. Seperti

yang digambarkan dalam s*cene* 1, 2, dan 5 diperlihatkan Pevita dengan kesendiriannya berusaha serta berani bertindak sendiri tanpa ada keraguan ketika ia dihadapkan dengan suasana genting, yaitu saat segerombolan tamu tak diundang secara tiba-tiba menyerang dirinya, dan ia tidak segan-segan memukul dan melawan balik serangan mereka. Pekerja

Tindakan yang telah dilakukan oleh Pevita mengacu pada proses penyelamatan diri seorang perempuan dengan memukul dan melawan balik serangan dari para penjahat. Alur cerita dalam iklan juga lebih menonjolkan perlawanan pevita yang seorang diri melawan musuh dengan alat bantuan yang hanya berupa panci teflon. Selain mengacu pada proses penyelamatan diri, tindakannya juga mencirikan suatu sifat kemandirian.

Pevita menggunakan keahlian beladirinya untuk mengalahkan musuh-musuhnya yang terbilang tidak sedikit dan merupakan laki-laki, jika dalam persepsi umum kekuatan laki-laki lebih kuat jika dibandingkan dengan wanita. Sang sutradara berhasil mengkonstruksikan sosok Pevita sebagai identitas perempuan jagoan yang tangguh dan pemberani. Kemudian, perilaku yang ditonjolkan Pevita dilatarbelakangi dengan adanya interaksi dengan lawan jenis. Yang dimana dalam film ini terdapat segerombolan penjahat laki-laki yang tidak memiliki sifat empati terhadap perempuan.

Dari 7 (tujuh) potongan adegan pada bab sebelumnya menunjukkan bahwa adanya representasi perempuan jagoan yang membuktikan jika perbedaan gender bukanlah menjadi alasan bagi seorang perempuan tidak bisa untuk menjaga diri sendiri dan terus-terusan bergantung pada laki-laki. Sebagaimana streotipe masyarakat yang selalu menganggap wanita adalah makluk *second sex,* dan media yang selalu memanfaatkan streotipe tersebut secara terus-menerus.

Dengan iklan barunya yang bekerja sama dengan GOJEK Pevita memperlihatkan kelihaian dirinya dalam bela diri serta keberaniannya layaknya seperti seorang Jagoan. Ia menjadi karakter utama dan dominan dalam iklan tersebut. Ia berhasil menunjukkan dan mematahkan streotipe pandangan masyarakat bahwa perempuan juga bisa memiliki kekuatan yang sama dengan laki-laki, mampu melindungi diri sendiri dan berani dan cukup tangguh untuk menghadapi suatu masalah layaknya seperti seorang jagoan.

B. Jago Dalam Beladiri dan Bertarung

Perempuan dengan representasi Jagoan tak hanya memiliki karakter tangguh dan pemberani saja, akan tetapi juga jago dalam seni beladi dan bertarung. Hal ini diperlihatkan dalam *scene* 5 ketika Pevita menggunakan keahlian bela dirinya untuk bertarung melawan para penjahat.

Dalam *scene* 3 dan 5 juga diperlihatkan jika lawan Pevita merupakan laki-laki semua, dan dengan seorang diri ia berhasil mengalahkan semua lawannya hanya bermodalan seni beladirinya dan sebuah panci teflon yang biasanya sering digunakan untuk memasak. Lantunan alunan musik yang mengiringi tiap-tiap adegan serta dentuman suara efek tembakan dan pukulan seperti menambahkan efek tegang dan suasana yang mencekam bagi penonton. Hal tersebut dikarenakan dalam proses perekaman dilapangan terdapat banyak suara yang terekam, sementara beberapa suara harus terdengar jelas. (Nugraha, 2019). Dengan demikian penonton diajak untuk merasakan sensasi yang dialami oleh tokoh utama. Musik juga berfungsi menambah emosi, seperti senang, sedih, takut, berani, kecewa, bingung dan lain sebagainya. (Purnomo, 2015).

Dari kesekian representasi perempuan jagoan yang terdapat dalam iklan GOJEK tersebut, masih ada ditemukan konteks karakter dengan sifat sabar yang identik dengan sifat alamiah seorang perempuan. Adegan tersebut diperlihatkan pada *scene* ke 6 (enam), yang dimana Pevita berusaha untuk menahan emosinya agar tidak meluapkan amarahnya karena sang narator terus-terusan menyudutkan dirinya.

Gambaran sang narator dalam iklan GOJEK 'NO CLICKBAIT: Pevita Murka' yang menunjukkan rasa ketidaksukaan dirinya terhadap Pevita terdapat pada *scene* 6 (enam), narasi yang diucapkan sang narator dalam iklan berisikan bahwa Pevita bukanlah seorang perempuan yang cantik dan hanya memiliki kecantikan yang standar. Sedangkan dalam pandangan islam menurut umma.id dalam *website* resminya https://umma.id/article/share/id/7/5708, menjelaskan bahwa kecantikan itu tidak hanya dinilai berdasarkan fisiknya saja, akan tetapi ialah perempuan yang bisa menjaga dirinya sendiri. Artinya wanita tersebut dapat menjaga penampilan baik dari luar maupun dalam. Jika dari luar perempuan sebaiknya merawat dan menjaga apa yang telah Allah SWT ciptakan, sedangkan dari dalam adalah dengan menjauhi segala sesuatu penyakit hati. Tidak hanya itu, bertindak bijaksana dalam menghadapi masalah juga merupakan salah

satu sifat yang mercerminkan kecantikan dari seorang perempuan. Ketika seseorang dihadapkan dengan sebuah masalah, alangkah baiknnya jika ia bersabar dan menekan amarahnya.

Adegan ini ditampakkan Pevita dalam iklan GOJEK yang berjudul 'NO CLICKBAIT: Pevita Murka', dari awal *scene* pertama diperlihatkan wajah Pevita yang tersenyum lebar dan ceria yang menggambarkan bahwa dirinya sedang sangat bahagia mengenakan *skin hero* yang baru saja ia beli. Namun pertengahan iklan, dirinya mulai menampakkan ekspresi wajah kesal dan tidak suka karena sang narator yang terus-terusan menyudutkan dirinya mengenai paras wajahnya dan hanya fokus terhadap *skin hero* yang ia kenakan.

Ekspresi wajah kesal Pevita menggambarkan secara langsung suasana hati Pevita ketika ia sedang disudutkan, walaupun ia merasa tidak suka kerena diremehkan oleh sang narator akan tetapi ia tetap berusaha untuk menahan amarahnya. Semua interaksi sosial yang dilakukan seorang individu memunculkan emosi dalam diri setiap individu. Dari emosi tersebut kemudian individu dapat menentukan sikap dan pikiran sehingga mampu bertindak sesuai dengan dirinya (Lewis & Jones dalam Baqi, 2015: 22). Namun, pada akhirnya di *ending* iklan diperlihatkan bahwa Pevita sudah kehilangan kesabaran dan mengarahkan tongkat saktinya kearah kamera, tongkat itu mengeluarkan sinar laser cahaya bewarna biru yang kemudian diperlihatkan gambar seperti tampilan layar yang retak, seakan-akan seperti ia menyerang sang narator.

Sebelumnya, Pevita telah menegaskan melalui ekspresi wajahnya seperti memperingati kepada sang narator bahwa ia tidak menyukai komentar negatif yang diberikan kepada dirinya. Karena faktanya, terpilihnya Pevita menjadi Duta *Gaming* dan Hiburan GOJEK karena dirinya yang telah meraih banyak prestasi, dan salah satunya adalah menjadi perwakilan Indonesia dalam babak kompetisi PUBG *Mobile Club Open* (PMCO) skala global pada tahun 2019 di Berlin, Jerman dan merupakan lulusan terbaik dari akademi New York.

Peneliti akhirnya mengetahui makna dibalik pembuatan iklan ini, yang dicerminkan melalui konteks yang terjadi bahwa sang pembuat iklan ingin menunjukan kekagumannya terhadap kaum perempuan di dunia terutama Indonesia yang pada saat ini telah mulai menunjukan kemampuan dirinya di ranah publik dan bahkan mampu

untuk bersaing dengan kaum laki-laki layaknya seperti seorang jagoan. Perempuan dengan karakter jagoan tidak hanya memanfatkan persoalan mengenai kekuatan otot atau fisik saja ketika ia dihadapkan dalam sebuah masalah, namun sebelumnya akan mengandalkan akal dan pikiran untuk mengendalikan situasi. Dasarnya perempuan akan berusaha sabar dan membaca mengenai situasi keadaan dan suasana yang terjadi seperti yang dilakukan oleh Pevita dalam iklan GOJEK. Hal ini ditunjukkan dengan jelas pada 7 potongan gambar adegan atau s*cene* yang telah di analisis dengan metode semiotika Roland Barthes.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana perempuan di representasikan sebagai seorang jagoan dalam iklan GOJEK yang berjudul 'Rumah Pevita Diserang orang Tidak Dikenal" dan "NO CLICKBAIT: Pevita Murka". Peneliti telah menjawab rumusan masalah dari penelitian ini yaitu mengenai bagaimana perempuan di representasikan sebagai seorang jagoan dalam iklan GOJEK. Karakter Pevita di dalam iklan GOJEK memrepresentasikan sebagai sosok jagoan yang terlihat di beberapa potongan gambar yang telah peneliti jadikan sebagai data dalam unit analisis penelitian.. Selain itu perempuan jagoan juga direpresentasikan memiliki kesan kelaki-lakian yang gagah perkasa, bisa bertarung dengan menggunakan tangan kosong, lihai menggunakan senjata dan juga tangguh. Namun persoalan representasi perempuan dengan karakter jagoan tidak hanya mengenai kekuatan otot atau fisik saja. Namun kepribadian dasar perempuan yang identik dengan sifat sabar juga digambarkan dalam iklan ini.

B. Keterbatasan Penelitian

Tidak dapat dipungkiri jika dalam penelitian ini masih terdapat keterbatasan. Adanya keterbatasan dalam penelitian ini maka diharapkan bisa menjadi pembelajaran bagi penelitian selanjutnya mengenai representasi perempuan sebagai jagoan dalam iklan. Hal ini disebabkan karena peneliti mengalami kesulitan dalam mencari penelitian sebagai pembanding dan referensi yang secara khusus membahas mengenai perempuan jagoan. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan saat pandemi Covid-19 sehingga sumber referensi kebanyakan didapatkan secara *online* dan peneliti yang sangat bergantung pada referensi-referensi yang berada di dinternet.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang berjudul Representasi Perempuan Sebagai Jagoan Dalam Iklan (Analisi Semiotika Rumah Pevita Diserang Orang Tidak Dikenal dan NO

CLICKBAIT: Pevita Murka) yang dilakukan oleh peneliti, maka peneliti ingin memberikan saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin memperdalam dan menyempurnakan penelitian ini dengan tema yang sama dan mengambil objek penelitian dari judul iklan yang lain atau bahkan dari film-film yang memiliki unsur perempuan jagoan. Dan peneliti berharap dengan adanya penelitian yang mengikuti perkembangan teknologi agar lebih bervariasi dan peneliti juga berharap dengan adanya kekurangan yang terdapat pada penelitian ini dapat dilengkapi dan disempurnakan dengan penelitian-penelitian yang mengkaji mengenai perempuan jagoan sehingga memenuhi apa yang diharapkan sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

Asma, U. (2010). Dahsyatnya Kekuatan Sabar. Jakarta: Belanoor.

Azkia, Baiq Kamila. Representasi Perempuan Dalam Film Wanita Tetap Wanita. (http://repository.unair.ac.id/67903/3/Sec.pdf, diakses 17 Maret 2020).

Baqi, Safiruddin Al. 2015. Ekspresi Emosi Marah. BULETIN PSIKOLOGI VOLUME 23, NO. 1, JUNI 2015: 22 – 30.

Belanja Iklan Digital Menyumbang Porsi 6% dari Total Belanja Iklan. 2019. (https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2019/belanja-iklan-digital-menyumbang-porsi-6-dari-total-belanja-iklan/, diakses 16 Maret 2020).

Budiman, Kris. 2003. Semiotika Visual. Yogyakarta: Jalasutra.

Cantik Menurut Islam. (https://umma.id/article/share/id/7/5708, diakses 22 Agustus 2021).

Cerita di Balik Iklan GoPay yang Bikin Pevita Pearce Murka. 2020. (https://katadata.co.id/berita/2020/03/13/cerita-di-balik-iklan-gopay-yang-bikin-pevita-pearce-murka, diakses 1 April 2020).

Cons. Tri Handoko. 2005. Maskulinitas Perempuan Dalam Iklan Dalam Hubungannya Dengan Citra Sosial Perempuan Ditinjau Dari Perspektif Gender. (https://www.researchgate.net/publication/43330511_MASKULINITAS_PEREMPUAN_DALAM_IKLAN_DALAM_HUBUNGANNYA_DENGAN_CITRA_SOSIAL_PEREMPUAN_DITINJAU_DARI_PERSPEKTIF_GENDER, diakses 17 Juni 2020).

Deely, John.1990. Basics of Semiotics Advances in Semiotics. Indiana University Press. (EPDF.PUB, diakses 15 Juli 2020).

Dewi, Nurmalita Natia. 2019. Perempuan Terpandang Dalam Film Indonesia (Analisis Semiotika Terhadap Film Marlina Si Pembunuh Dalam Empat Babak, 3 Srikandi, dan Jilbab Traveler: Love Sparks In Korea). Skripsi.

(https://dspace.uii.ac.id/bitstream/handle/123456789/16157/15321125.pdf?sequence=13&isAll owed=y , diakses 16 Juni 2020).

Djayakusuma, Tams. 1982. Periklanan. Armico, Bandung.

Djoharwinarlien, Sri. 2012. Dilema Kesetaraan Gender: Refleksi dan Respons Praksis.

Dr. J.R. Raco. 2010. Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Unggulannya. PT Gramedia Widiasarana Indonesia. (PDFDRIVE.com, diakses 17 Juli 2020).

Erni Hasan, dkk. 2017. Eksistensi Perempuan Dalam Film Perempuan Berkalung Sorban. (http://ojs.uho.ac.id/index.php/Jurnalistik/article/view/9795/6908, diakses 19 Juli 2020).

Etika Pariwara Indonesia (Tata Krama dan Tata Cara Periklanan Indonesia). 2007. (https://satucitra.co.id/unduh/Etika-Pariwara-Indonesia.pdf, diakses 18 Juli 2020).

Etika Pariwara Indonesia. 2014. (http://p3i-pusat.com/wpcontent/uploads-/2015/11/EPI-2014-Final-SK-Perubahan.pdf, diakses 23 Maret 2020).

Franedya, Roy. 2019. Survei: Pengguna Internet di RI Tembus 171,17 Juta Jiwa. (https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190516191935-37-73041/survei-pengguna-internet-di-ri-tembus-17117-juta-jiwa, diakses 16 Maret 2020).

Gora, Radita. 2016. Representasi Perempuan Dalam Iklan Televisi (Studi Analisis Semiotika Iklan Beng Beng Versi "Great Date"). Skripsi. (https://core.ac.uk/download/pdf/268047696.pdf, diakses 20 Juli 2020).

Hawkes, Terence. 1977. Structuralism & Semiotics. United States of America. (EPDF.PUB, diakses 15 Juli 2020)

Hidayat, Dedy N. 2003. Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik. Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia. Jakarta.

Ida, Rachmah. 2014. Kajian Media dan Studi Budaya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Jagoan (Def.4). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. (https://kbbi.web.id/jago, diakses 16 Juni 2020).

Kriyantono, Rachmat. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kasiyan. (2008). Manipulasi dan Dehumanisasi Perempuan Dalam Iklan. Yogyakarta : Ombak.

Mandiri (Def.1). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. (https://kbbi.web.id/mandiri, diakses 16 Juni 2020).

Moleong, L. J. 2016. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Myers, Michael D. 2014. Penelitian Kualitatif di Manajemen dan Bisnis .Zifatama Publisher. (PDFDRIVE.com, diakses 16 Juli 2020).

Nugraha, Pandu Maulana. 2019. PENERAPAN SOUND EFFECT DENGAN GAYA HYPERREALITY PADA FILM FIKSI "MALAM MINGGU KLIWON". (http://digilib.isi.ac.id/5728/3/JURNAL_2019_1210599032_PANDU.pdf, diakses 5 November 2021).

Parker, Deborah K. (2005). Menumbuhkan kemandirian dan harga diri anak. Alih bahasa :Bambang Wibisono. Jakarta : Prestasi Pustakaraya.

Patton, Michael Quinn. 2002. Qualitative Research and Evaluation Methods. 3rdEdition. Thousand Oaks. Sage Publications. Inc. California.

Purnomo, Sigit. 2015. KARAKTERISTIK DAN FUNGSI MUSIK FILM “OVERTAKEN” DALAM FILM SERIAL ANIMASI ONE PIECE. Skripsi.

(http://eprints.uny.ac.id/16878/1/Sigit%20Purnomo%2010208241025.pdf, diakses 03 September 2021).

Ries, Al dan Laura Ries. 2003. Surutnya Periklanan dan Bangkitnya Public Relations. Jakarta: Gramedia.

Safyan, Muhammad. 2013. Konstruksi Kebebasan Pada Identitas Perempuan dan Laki-Laki Dalam Iklan Operator Seluler 3 Dengan Tema "*Bebas Itu Nyata*". (http://www.journal.unair.ac.id/filerPDF/commb8a34101f1full.pdf, diakses 04 Juli 2021).

Saidi, Ridwan. 2007. Glosari Betawi. Jakarta.

Siswati, Endah. 2014. Representasi Domestikasi Perempuan dalam Iklan. (https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/viewFile/417/465, diakses 12 Agustus 2021).

Sobur, Alex. 2004. Semiotika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Strinati, D. (2016). Popular Culture (Budaya Populer): Pengantar Menuju Budaya Populer. Jakarta: Narasi.

Strinati, Dominic. 2016. Popular Culture (Budaya Populer): Pengantar Menuju Budaya Populer. Jakarta : Narasi.

Tenggono, C.M. 2016. Analisis Semiotika Pesan Moral Dalam Iklan Rokok Sampoerna A Mild "Go Ahead" Di Media Televisi. Skripsi. (http://digilib.unila.ac.id/24545/20/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf, diakses 6 Juni 2020)

Websindo.com. 2019. Indonesia Digital 2019 : Media Sosial.. (https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/, diakses 17 Maret 2019).

Wibowo, Indiwan Seto Wahju. 2006. Semiotika Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Penulisan Skripsi Ilmu Komunikasi. Wisma Tiga Dara Perum Cimone Permai. (PDFDRIVE.com, diakses 16 Juli 2020).

Wibowo, Indiwan Seto Wahyu. 2013. Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Widyatama. 2006. Bias gender dalam iklan televisi. Yogyakarta: Media Pressindo.

Winata, I Nyoman. 2017. Konstruksi Maskulinitas Perempuan Dalam Iklan Susunutrilon Royal AdvancePronutra Plus "One Ttep A Head" Versi Juara Panjat Tebing dan Catur. (http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/egr/article/view/893/868, diakses 21 Agustus 2021).