

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

Kritik Sosial Melalui Penggambaran Feminis Laki-laki dalam Keluarga pada Iklan YouTube (Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada iklan Alfamart ? Gopay versi ?Ibuku, Pahlawanku? di YouTube)

Meylisa Dwi Cahyanti

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=74736&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini merupakan studi analisis semiotika yang bertujuan untuk membongkar kritik sosial dalam iklan Alfamart ? Gopay versi ?Ibuku, Pahlawanku?. Hal yang menarik perhatian peneliti adalah bagaimana iklan ini mengkritik realitas yang ada di masyarakat melalui penggambaran feminis laki-laki. Iklan yang biasanya mencerminkan realitas seksisme di masyarakat, namun iklan ini justru menyuarakan sebuah kritikan keras dengan cara mendekonstruksi realitas tersebut. Untuk menganalisis kasus tersebut, peneliti menggunakan paradigma kritis dan analisis semiotika pendekatan dari Charles Sanders Pierce sebagai metode untuk melihat bagaimana bentuk kritik sosial melalui penggambaran feminis laki-laki. Teori pendukung yang digunakan adalah teori Nurture yang dimaknai sebagai teori yang menyatakan bahwa perbedaan sifat maskulin dan feminim bukan ditentukan oleh perbedaan biologis, melainkan konstruk sosial dan pengaruh faktor budaya. Penelitian ini juga disertai dengan berbeberapa konsep, seperti feminisme, feminis laki-laki, kritik sosial, dan ketimpangan laki-laki dan perempuan dalam budaya patriaki. Hasil analisis menunjukkan terbukti adanya kritik yang disampaikan melalui penggambaran feminis laki-laki. Peneliti mengumpulkan bagaimana laki-laki dalam iklan tersebut divisualkan dari sisi feminisnya, seperti sedang memasak, menyetrika pakaian, mengurus anak, dan menjemput anak sekolah. Selain itu, juga mematahkan anggapan budaya patriaki mengenai figur seorang ibu dan sifat yang dilekatkannya. Hal itu peneliti simpulkan bahwa ternyata iklan bisa menjadi media kritik terhadap realitas patriakal yang ada di masyarakat melalui penggambaran feminis laki-laki.

Secara akademis, penelitian ini memberi kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, terutama memperkuat keberlakuan teori Nurture. Metodologis, bisa menjadi referensi penelitian kualitatif selanjutnya dengan metode analisis semiotika pendekatan Charles Sanders Pierce. Secara praktis, berharap akan muncul lebih banyak lagi iklan yang mengangkat mengenai kritik terhadap isu gender. Sosial, dengan penelitian ini semoga ke depannya masyarakat bisa lebih menyadari bahwa isu gender merupakan persoalan yang harus segera diselesaikan.