

**ANALISIS SEMIOTIKA JOHN FISKE DALAM MEMAKNAI STEREOTIP
PEREMPUAN PADA IKLAN *SUNLIGHT* VERSI IBU CEKATAN**

Veneranda Dinda Putri Natalia Desire

1204130038

ABSTRAK

Keberhasilan iklan dinilai dari keterlibatan penonton atas pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut. Dari seluruh iklan televisi di Indonesia yang menayangkan sejumlah produk, terdapat pengabaian atas reproduksi dari pelabelan kaum laki-laki terhadap peran tradisional kaum perempuan. Penulis melihat fenomena gender yang terjadi yaitu, laki-laki dan perempuan digambarkan sebagai yang mempunyai kegiatan yang berbeda dan memutuskan hal-hal yang berbeda pula. Stereotip ini tampak pada iklan *Sunlight* versi ibu cekatan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui makna stereotip perempuan melalui kode semiotika dalam level realitas, level representasi dan level ideologi. Untuk mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika John Fiske berdasarkan kode-kode televisi yang terbagi ke dalam tiga level yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Hasil penelitian menunjukkan peran perempuan pada level realitas melalui kode kostum, tata rias, bahasa tubuh, dan ekspresi. Pada level representasi penggambaran stereotip perempuan ditunjukkan melalui kode kamera, narasi, dan konflik. Pada level ideologi, nilai patriarki yang terepresentasikan dari peran perempuan di dalam sebuah keluarga yang terdapat pada iklan.

Kata Kunci: Stereotip, Iklan, Semiotika