

ABSTRAK

Manusia memiliki peran dalam kehidupannya masing – masing terutama dalam berumah tangga, terdapat peran – peran yang harus dijalani setiap anggota keluarga agar tujuan menjadi keluarga yang harmonis dapat tercapai. Namun akibat dari stereotip masyarakat mengenai suatu gender menjadikan makna peran istri dan suami menjadi hambatan. Permasalahan inilah yang kemudian menjadi pemicu bagi tim kreatif iklan ABC Heinz membuat ide konsep iklan komersil “Kecap ABC Bantu Suami Sejati Hargai Istri”. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk mengetahui makna peran suami yang ditimbulkan pada iklan tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis menggunakan analisa semiotika Roland Barthes yang nantinya akan menghasilkan pemaknaan peran suami pada level denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa iklan Kecap ABC menampilkan peran suami yang juga melakukan urusan domestik. Penelitian ini juga menunjukkan jika iklan Kecap ABC “Kecap ABC Bantu Suami Sejati Hargai Istri” mencoba merekonstruksi ulang mitos peran suami dalam keluarga yang telah ada dimasyarakat.

Kata kunci: Iklan, Peran Suami, Semiotika, Roland Barthes