

ABSTRAK

Ditengah perjuangan kaum feminis yang memperjuangkan kesetaraan gender, praktik-praktik budaya patriarki terus mensubordinasi perempuan pada hampir seluruh aktivitas kehidupan, baik pada aktivitas domestik, politik, ekonomi, dan budaya. Hal tersebut disebabkan oleh budaya patriarki yang sudah mengakar sejak lama di Indonesia dan stigma akan perempuan dalam keluarga atau masyarakat telah menjadi kendala utama dan membuat kaum perempuan sulit meraih cita-citanya untuk berkiprah di ruang publik. Teh Sariwangi merilis sebuah iklan yang berjudul “#MariBicara dengan Pasangan Bersama Hangatnya SariWangi”. Iklan tersebut menceritakan kisah seorang istri yang mencoba meminta izin suaminya untuk tetap bisa bekerja di luar rumah. Dengan menggarisbawahi perempuan yang memperjuangkan eksistensinya di dalam budaya patriarki. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana eksistensi perempuan dalam budaya patriarki pada iklan Teh Sariwangi Versi #maribicara Dengan Pasangan Bersama Hangatnya Sariwangi dengan menggunakan metode penelitian semiotika John Fiske yang terbagi menjadi tiga level yaitu; level realitas yang terdiri dari kode tampilan, gesture, perilaku, ekspresi, dan percakapan; level representasi yang terdiri dari kode kamera, musik, karakter, editing, setting; level ideologi yang ditemukan adalah eksistensi perempuan. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Dari hasil penelitian ini ditemukan sebuah ideologi eksistensi perempuan dibalik iklan ini. Eksistensi perempuan praktis diluncurkan dalam adegan pada iklan. Ditunjukkan dengan adanya sejarah perempuan, mitos perempuan, dan perempuan masa kini yang diperlihatkan melalui level realitas dan representasi pada iklan.

Kata Kunci: Eksistensi Perempuan, Patriarki, Semiotika, Iklan