

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan terlebih dahulu membaca materi 7:

1. Dari Iklan apakah hasil penelitian dalam materi 7? Jelaskan di media apa?
2. Dalam dialog Pengkonstruksian pesan tentang kesetaraan gender dalam iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2 disampaikan dengan kata, bahasa tubuh, gaya, mimik wajah, dan warna. Sebutkan!
3. Di Indonesia, perempuan sering digambarkan sebagai pihak yang kurang dominan di tengah kepercayaan patriarki dimana laki-laki merupakan pihak dominan dan memiliki kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Mengapa demikian?
4. Beri kesimpulan hasil penelitian tersebut

Selamat bekerja dan sukses selalu

NAMA : AYU FELISIA
NIM : 192910022
MAGISTER KOMUNIKASI 5

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan terlebih dahulu membaca materi 7:

1. Dari Iklan apakah hasil penelitian dalam materi 7? Jelaskan di media apa?
2. Dalam dialog Pengkonstruksian pesan tentang kesetaraan gender dalam iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2 disampaikan dengan kata, bahasa tubuh, gaya, mimik wajah, dan warna. Sebutkan!
3. Di Indonesia, perempuan sering digambarkan sebagai pihak yang kurang dominan di tengah kepercayaan patriarki dimana laki-laki merupakan pihak dominan dan memiliki kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Mengapa demikian?
4. Beri kesimpulan hasil penelitian tersebut

Jawab:

1. Iklan Fair and Lovely edisi nikah atau S2 merupakan iklan niaga produk perawatan pencerah wajah yang dimuat di media elektronik yaitu televisi. Hal ini lataran pada iklan terdapat dialog (suara) dan gambar yang dijelaskan pada hasil penelitian dalam materi 7. Seperti yang kita tahu, media yang memiliki suara dan gambar hanya media elektronik televisi atau media internet seperti youtube. Selain itu juga pada hasil penelitian dalam materi 7 ada pembahasan mengenai sinetron di televisi yang semakin menguatkan bahwa iklan pada penelitian ini adalah iklan televisi.
2. Pesan kesetaraan gender pada iklan:
 - Pada dialog anak perempuan dengan ayahnya “Tapi Pa, bagaimana dengan S2-ku?”, kata-kata ini menggambarkan perempuan yang ditampilkan sebagai sosok yang berani mengeluarkan pendapat, smart, namun tetap sopan.
 - Pada dialog anak perempuan dengan temannya “Nikah, atau S2?”, kalimat ini mengisyaratkan perempuan sebagai seorang yang gemar berdiskusi dan bertukar pendapat, pemikir, dan penuh pertimbangan, dimana hal ini biasanya dikodekan pada laki-laki
 - Pada dialog teman anak perempuan “kamu pasti menemukan jawabannya!”, dimana dialog ini mengisyaratkan perempuan sebagai seorang yang dapat mengambil keputusan dan menemukan jawaban atas sesuatu yang telah dipikirkan terlebih dulu.

- Pada detik ke 25, saat musik dimainkan, anak perempuan ditampilkan dengan gaya dan mimik wajah yang penuh percaya diri, ceria, murah senyum, dan optimis. Anak perempuan tersebut mengenakan baju berwarna merah yang menandakan keberanian untuk menyampaikan keputusannya kepada orang tuanya.
 - Saat dialog anak perempuan dengan orang tuanya “Papa benar, nikah memang penting, tapi setelah lulus S2”, disini perempuan ditampilkan sebagai seorang yang tegas dan berani, tapi disatu sisi tetap patuh kepada perkataan orang tuanya yang mengatakan bahwa menikah itu memang penting. Hal ini memberi tanda bahwa perempuan juga memiliki sikap yang tegas namun bijaksana, sesuatu yang biasanya digambarkan hanya dimiliki oleh laki-laki.
 - Pada dialog anak perempuan dengan ayahnya “Seperti dia, aku juga harus terpelajar, punya karir bagus... baru, kita berdua akan jadi jodoh yang pas”, dialog ini menggambarkan perempuan sebagai seorang yang dapat berbicara dengan lugas dan berani menyampaikan pendapat bahwa laki-laki dan perempuan harus setara, sama-sama terpelajar dan memiliki karir yang bagus.
 - Gestur tangan anak perempuan kepada orang tuanya, yang memberikan kode bahwa perempuan dan laki-laki harus setara, serta diperkuat dengan dialog “seperti dia, jadi sama kan?”.
3. Sejak jaman dahulu kala, bahkan sebelum Indonesia merdeka, saat Indonesia masih dijajah, wanita kerap dijadikan budak seks para tentara penjajah. Sejak masa penjajahan juga, derajat wanita dianggap lebih rendah daripada laki-laki, dimana wanita tidak diperbolehkan berpendidikan tinggi, pekerjaan wanita terbatas hanya pekerjaan rumah saja, dan wanita harus tunduk kepada laki-laki. Dalam rumah tangga pun, urusan wanita hanya sekedar dapur dan ranjang. Budaya patriarki ini pun masih membayang-bayangi wanita Indonesia sampai sekarang. Hingga kini, perempuan masih sering digambarkan sebagai pihak yang kurang dominan di tengah kepercayaan patriarki dimana laki-laki merupakan pihak dominan dan memiliki kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Meskipun di Indonesia ada suku yang menganut matrilineal yaitu suku Minang, namun sebagian besar daerah di Indonesia menganut paham

patrilineal. Salah satu faktor yang membuat budaya ini masih langgeng berkembang di Indonesia adalah masih banyaknya media-media yang menggambarkan perempuan dengan simbol kehalusan, seseorang yang bergerak lamban, terkungkung, tertindas, dan hanya sebagai 'objek' bukan 'subjek'. Secara langsung atau tidak langsung media ikut menyebarkan dan melestarikan ideologi gender. Melalui media misalnya televisi, masyarakat kemudian diminta menyesuaikan diri dengan harapan-harapan masyarakat agar berperilaku sesuai dengan apa yang ditampilkan di televisi. Terpaan iklan yang sangat kuat ikut menjadi 'agen' dalam rangka sosialisasi sebuah ideologi, sesuai dengan teori jarum suntik, dimana media massa dianggap memiliki kemampuan penuh dalam memengaruhi seseorang. Oleh karena itu, di Indonesia perempuan sering digambarkan sebagai pihak yang kurang dominan di tengah kepercayaan patriarki dimana laki-laki merupakan pihak dominan dan memiliki kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat.

4. Iklan *Fair and Lovely* Edisi nikah atau S2 merupakan iklan produk perawatan pencerah wajah untuk perempuan yang dalam iklannya tidak secara gamblang mempromosikan produknya. Pesan tentang pengenalan produk *Fair and Lovely* sebagai produk pencerah wajah hanya 12 detik saja. Iklan ini bahkan lebih menekankan pesan tentang kesetaraan antara laki-laki dan perempuan dalam hal pendidikan dan karir. Dalam iklan ini sosok perempuan yang digambarkan pun adalah sosok perempuan yang cerdas dan tegas.

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan terlebih dahulu membaca materi 7:

1. Dari Iklan apakah hasil penelitian dalam materi 7? Jelaskan di media apa? Iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2, Perempuan dalam bingkai media massa seringkali menjadi topik pembicaraan menarik yang tak berujung. Fenomena ini bukan hal yang tabu lagi untuk diperbincangkan. Apalagi mengingat tayangan iklan yang mengeksploitasi perempuan dalam media televisi yang bersifat audio visual memiliki pengaruh sangat besar terhadap jiwa pemirsa utamanya anak karena gambar yang ditayangkan terlihat hidup seolah nyata. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Peneliti akan mengupas makna denotasi, konotasi, dan mitos mengenai representasi perempuan dalam iklan *Fair and Lovely* versi Nikah atau S2. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari iklan televisi *Fair and Lovely* versi Nikah atau S2. Sedangkan untuk data sekunder, peneliti melakukan studi literatur dengan mencari referensi melalui literatur-literatur baik dari buku, jurnal dokumen, maupun sumber-sumber lain yang terkait dengan iklan dan gender serta topik lain yang relevan dengan penelitian ini. Adapun hasil penelitian ini yaitu berdasarkan analisis dua tahap penandaan, terdapat tiga mitos di balik iklan *Fair and Lovely* versi Nikah atau S2 dalam merepresentasikan perempuan. Mitos-mitos tersebut yaitu perempuan sulit mengambil keputusan, perempuan harus tampil cantik, serta bahwa perempuan harus berusaha untuk setara dengan laki-laki.
2. Dalam dialog Pengkonstruksian pesan tentang kesetaraan gender dalam iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2 disampaikan dengan kata, bahasa tubuh, gaya, mimik wajah, dan warna. Sebutkan!
3. Dalam budaya patriarki, khususnya di Indonesia, konsep pernikahan secara sosial dan budaya memiliki makna yang berbeda bagi perempuan dan laki-laki. Meskipun sebenarnya terdapat ekspektasi sosial dan kultural baik untuk perempuan dan laki-laki, tetapi bagi perempuan tuntutan sosial untuk segera menikah lebih tinggi. Hal ini dikarenakan perempuan memiliki tenggat waktu biologis untuk bereproduksi, yakni hamil dan melahirkan. Sehingga seolah-olah menjadi perempuan yang sempurna adalah ketika ia telah menjalankan tugas reproduksinya, yakni menjadi istri dan ibu. Dengan demikian, perempuan yang sudah cukup umur namun masih melajang dipandang belum sempurna. Pandangan terhadap perempuan lajang telah terbentuk sejak lama. Negara pun turut berperan

dalam mengonstruksi pandangan terhadap perempuan lajang. Sejak era Orde Baru, keberadaan perempuan lebih ditekankan pada kemampuannya untuk bereproduksi. Seperti yang diungkapkan oleh Wiwik Sushartami, “Konsep keperempuanan Orde Baru yang lebih menekankan keberadaan perempuan dari segi kemampuannya untuk bereproduksi, yang berarti juga aktif secara seksual, membuat perempuan lajang “hilang” (invisible) dari pandangan negara. Tetapi kini ketika yang terjadi adalah kosongnya campur tangan negara, maka kategori perempuan lajang bisa menjadi situs yang potensial untuk dimanfaatkan, baik untuk hasil yang lebih baik atau buruk maupun oleh industri media dan budaya populer dalam membangun makna baru melalui kombinasi antara berbagai wacana gender” (Sushartami dalam Jurnal Perempuan, 2002:36) Perempuan yang sudah cukup umur namun belum juga menikah dianggap sebagai masalah sosial. Dengan demikian Label “perawan tua” pun senantiasa dilekatkan pada perempuan dewasa yang belum memiliki pasangan. Penegasan bahwa perempuan lajang merupakan masalah sosial juga dapat diamati melalui latar tempat yang dipilih untuk membicarakan pernikahan, yakni taman yang terbuka untuk umum Pada iklan Fair and Lovely ini memang tidak dibahas mengenai berapa sebenarnya umur tokoh perempuan tapi mengacu pada pertanyaannya perihal rencana untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang magister, tersirat bahwa tokoh perempuan telah lulus dari program sarjana dan cukup umur untuk menikah. Berdasarkan uraian mengenai posisi perempuan lajang, bila kembali dikaitkan dengan analisis konotatif terhadap iklan Fair and Lovely, maka sebetulnya adegan perbincangan mengenai perjodohan ini adalah upaya untuk merubah status seorang perempuan dari lajang menjadi menikah. Dalam iklan ini diperlihatkan bahwa orang tua telah memilihkan calon suami yang pas untuk anaknya. Maka dapat dimaknai bahwa jika perempuan yang cukup umur belum juga menikah adalah masalah yang harus diselesaikan oleh keluarga dengan berbagai cara. Salah satunya caranya adalah melalui perjodohan. Dalam konteks adegan ini dapat dimaknai bahwa calon suami ideal adalah pria yang mapan secara materi dan berpendidikan tinggi. Hal ini memperkuat anggapan bahwa materi dan pendidikan merupakan kualifikasi yang lebih penting bagi laki-laki dibandingkan perempuan.

4. Di Indonesia, perempuan sering digambarkan sebagai pihak yang kurang dominan di tengah kepercayaan patriarki dimana laki-laki merupakan pihak dominan dan memiliki kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Mengapa demikian?
Melalui analisis denotasi dan konotasi yang telah dilakukan terhadap teks iklan Fair and Lovely Versi Nikah atau S2, dapat ditelaah mitos-mitos yang terdapat di balik iklan ini. Adapun makna konotasi yang telah dianalisis melalui tanda-tanda dominan dalam teks iklan ini yaitu sebagai berikut:
 1. Perempuan diatur terkait pasangan hidup yang tepat sesuai standar tertentu

2. Perempuan membutuhkan bantuan untuk mengambil keputusan.
3. Perempuan dituntut untuk cantik dengan memutihkan wajah
4. Perempuan ingin setara dengan laki-laki melalui pendidikan dan karir

Dari keempat makna konotasi yang telah dipaparkan, maka dapat dianalisis bahwa makna-makna tersebut menghasilkan mitos-mitos mengenai perempuan, baik dari segi fisik maupun perannya secara sosial dan budaya. Mitos pertama yaitu bahwa perempuan sulit mengambil keputusan. Mitos ini diperoleh dari makna konotasi perempuan senantiasa diatur untuk memilih pasangan hidupnya serta perempuan membutuhkan bantuan untuk mengambil keputusan. Kedua makna konotasi ini saling terkait. Pada masyarakat yang kental akan budaya patriarki, perempuan tidak memiliki kekuatan untuk mengambil keputusan. Bahkan keputusan menyangkut masa depannya sendiri. Misalnya, seperti yang ditunjukkan dalam iklan ini yaitu dalam hal pengambilan keputusan untuk memilih pasangan hidup

5. Beri kesimpulan hasil penelitian tersebut

Iklan merupakan salah satu teks budaya populer yang di dalamnya terdapat tanda-tanda dominan yang merepresentasikan suatu kelompok. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis tanda-tanda dominan yang terdapat pada teks audiovisual iklan Fair and Lovely versi Nikah atau S2. Melalui analisis semiotik Roland Barthes, penelitian ini menemukan makna konotasi dan mitos yang merepresentasikan perempuan dalam iklan tersebut. Makna konotasi yang diperoleh dari adegan-adegan yang terdapat dalam iklan Fair and Lovely ini yaitu; (1) Perempuan diatur terkait pasangan hidup yang tepat sesuai standar tertentu, (2) Perempuan membutuhkan bantuan untuk mengambil keputusan, (3) Perempuan dituntut untuk cantik dengan memutihkan wajah, (4) Perempuan ingin setara dengan laki-laki melalui pendidikan dan karir.

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan terlebih dahulu membaca materi 7:

1. Dari Iklan apakah hasil penelitian dalam materi 7? Jelaskan di media apa? Iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2, Perempuan dalam bingkai media massa seringkali menjadi topik pembicaraan menarik yang tak berujung. Fenomena ini bukan hal yang tabu lagi untuk diperbincangkan. Apalagi mengingat tayangan iklan yang mengeksploitasi perempuan dalam media televisi yang bersifat audio visual memiliki pengaruh sangat besar terhadap jiwa pemirsa utamanya anak karena gambar yang ditayangkan terlihat hidup seolah nyata. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Peneliti akan mengupas makna denotasi, konotasi, dan mitos mengenai representasi perempuan dalam iklan *Fair and Lovely* versi Nikah atau S2. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari iklan televisi *Fair and Lovely* versi Nikah atau S2. Sedangkan untuk data sekunder, peneliti melakukan studi literatur dengan mencari referensi melalui literatur-literatur baik dari buku, jurnal dokumen, maupun sumber-sumber lain yang terkait dengan iklan dan gender serta topik lain yang relevan dengan penelitian ini. Adapun hasil penelitian ini yaitu berdasarkan analisis dua tahap penandaan, terdapat tiga mitos di balik iklan *Fair and Lovely* versi Nikah atau S2 dalam merepresentasikan perempuan. Mitos-mitos tersebut yaitu perempuan sulit mengambil keputusan, perempuan harus tampil cantik, serta bahwa perempuan harus berusaha untuk setara dengan laki-laki.
2. Dalam dialog Pengkonstruksian pesan tentang kesetaraan gender dalam iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2 disampaikan dengan kata, bahasa tubuh, gaya, mimik wajah, dan warna. Sebutkan!
3. Dalam budaya patriarki, khususnya di Indonesia, konsep pernikahan secara sosial dan budaya memiliki makna yang berbeda bagi perempuan dan laki-laki. Meskipun sebenarnya terdapat ekspektasi sosial dan kultural baik untuk perempuan dan laki-laki, tetapi bagi perempuan tuntutan sosial untuk segera menikah lebih tinggi. Hal ini dikarenakan perempuan memiliki tenggat waktu biologis untuk bereproduksi, yakni hamil dan melahirkan. Sehingga seolah-olah menjadi perempuan yang sempurna adalah ketika ia telah menjalankan tugas reproduksinya, yakni menjadi istri dan ibu. Dengan demikian, perempuan yang sudah cukup umur namun masih melajang dipandang belum sempurna. Pandangan terhadap perempuan lajang telah terbentuk sejak lama. Negara pun turut berperan

dalam mengonstruksi pandangan terhadap perempuan lajang. Sejak era Orde Baru, keberadaan perempuan lebih ditekankan pada kemampuannya untuk bereproduksi. Seperti yang diungkapkan oleh Wiwik Sushartami, “Konsep keperempuanan Orde Baru yang lebih menekankan keberadaan perempuan dari segi kemampuannya untuk bereproduksi, yang berarti juga aktif secara seksual, membuat perempuan lajang “hilang” (invisible) dari pandangan negara. Tetapi kini ketika yang terjadi adalah kosongnya campur tangan negara, maka kategori perempuan lajang bisa menjadi situs yang potensial untuk dimanfaatkan, baik untuk hasil yang lebih baik atau buruk maupun oleh industri media dan budaya populer dalam membangun makna baru melalui kombinasi antara berbagai wacana gender” (Sushartami dalam Jurnal Perempuan, 2002:36) Perempuan yang sudah cukup umur namun belum juga menikah dianggap sebagai masalah sosial. Dengan demikian Label “perawan tua” pun senantiasa dilekatkan pada perempuan dewasa yang belum memiliki pasangan. Penegasan bahwa perempuan lajang merupakan masalah sosial juga dapat diamati melalui latar tempat yang dipilih untuk membicarakan pernikahan, yakni taman yang terbuka untuk umum Pada iklan Fair and Lovely ini memang tidak dibahas mengenai berapa sebenarnya umur tokoh perempuan tapi mengacu pada pertanyaannya perihal rencana untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang magister, tersirat bahwa tokoh perempuan telah lulus dari program sarjana dan cukup umur untuk menikah. Berdasarkan uraian mengenai posisi perempuan lajang, bila kembali dikaitkan dengan analisis konotatif terhadap iklan Fair and Lovely, maka sebetulnya adegan perbincangan mengenai perjodohan ini adalah upaya untuk merubah status seorang perempuan dari lajang menjadi menikah. Dalam iklan ini diperlihatkan bahwa orang tua telah memilihkan calon suami yang pas untuk anaknya. Maka dapat dimaknai bahwa jika perempuan yang cukup umur belum juga menikah adalah masalah yang harus diselesaikan oleh keluarga dengan berbagai cara. Salah satunya caranya adalah melalui perjodohan. Dalam konteks adegan ini dapat dimaknai bahwa calon suami ideal adalah pria yang mapan secara materi dan berpendidikan tinggi. Hal ini memperkuat anggapan bahwa materi dan pendidikan merupakan kualifikasi yang lebih penting bagi laki-laki dibandingkan perempuan.

4. Di Indonesia, perempuan sering digambarkan sebagai pihak yang kurang dominan di tengah kepercayaan patriarki dimana laki-laki merupakan pihak dominan dan memiliki kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Mengapa demikian?
Melalui analisis denotasi dan konotasi yang telah dilakukan terhadap teks iklan Fair and Lovely Versi Nikah atau S2, dapat ditelaah mitos-mitos yang terdapat di balik iklan ini. Adapun makna konotasi yang telah dianalisis melalui tanda-tanda dominan dalam teks iklan ini yaitu sebagai berikut:
 1. Perempuan diatur terkait pasangan hidup yang tepat sesuai standar tertentu

2. Perempuan membutuhkan bantuan untuk mengambil keputusan.
3. Perempuan dituntut untuk cantik dengan memutihkan wajah
4. Perempuan ingin setara dengan laki-laki melalui pendidikan dan karir

Dari keempat makna konotasi yang telah dipaparkan, maka dapat dianalisis bahwa makna-makna tersebut menghasilkan mitos-mitos mengenai perempuan, baik dari segi fisik maupun perannya secara sosial dan budaya. Mitos pertama yaitu bahwa perempuan sulit mengambil keputusan. Mitos ini diperoleh dari makna konotasi perempuan senantiasa diatur untuk memilih pasangan hidupnya serta perempuan membutuhkan bantuan untuk mengambil keputusan. Kedua makna konotasi ini saling terkait. Pada masyarakat yang kental akan budaya patriarki, perempuan tidak memiliki kekuatan untuk mengambil keputusan. Bahkan keputusan menyangkut masa depannya sendiri. Misalnya, seperti yang ditunjukkan dalam iklan ini yaitu dalam hal pengambilan keputusan untuk memilih pasangan hidup

5. Beri kesimpulan hasil penelitian tersebut

Iklan merupakan salah satu teks budaya populer yang di dalamnya terdapat tanda-tanda dominan yang merepresentasikan suatu kelompok. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis tanda-tanda dominan yang terdapat pada teks audiovisual iklan Fair and Lovely versi Nikah atau S2. Melalui analisis semiotik Roland Barthes, penelitian ini menemukan makna konotasi dan mitos yang merepresentasikan perempuan dalam iklan tersebut. Makna konotasi yang diperoleh dari adegan-adegan yang terdapat dalam iklan Fair and Lovely ini yaitu; (1) Perempuan diatur terkait pasangan hidup yang tepat sesuai standar tertentu, (2) Perempuan membutuhkan bantuan untuk mengambil keputusan, (3) Perempuan dituntut untuk cantik dengan memutihkan wajah, (4) Perempuan ingin setara dengan laki-laki melalui pendidikan dan karir.

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan terlebih dahulu membaca materi 7:

1. Dari Iklan apakah hasil penelitian dalam materi 7? Jelaskan di media apa? Tayangan iklan *fair & lovely* tersebut sebenarnya ia ingin menghadirkan iklan yang sesuai dengan slogan iklan itu sendiri yaitu “raih cerahmu wujudkan cita cita mu” sehingga iklan ini sebenarnya mendukung pendidikan penuh dalam kehidupan masyarakat terlebih perempuan. Dan memang tepat karena keduanya menikah dan pendidikan s2 adalah hal yang sering sekali di sandingkan sebagai perbandingan. Pesan pesannya memang terlihat begitu juga dengan adegan adegan yang di peragakan oleh pemeran yang tergambar merupakan keluarga islami, oleh karena itu peneliti menemukan beberapa pesan komunikasi dalam tayangan iklan tersebut.
2. Dalam dialog Pengkonstruksian pesan tentang kesetaraan gender dalam iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2 disampaikan dengan kata, bahasa tubuh, gaya, mimik wajah, dan warna. Sebutkan! Beberapa diantaranya meneliti tentang wacana perjodohan, representasi perempuan, representasi perempuan islam, kulit cantik putih dengan produk kecantikan dan lain lain. Penelitian mengenai pesan dakwah dalam iklan ini menghasilkan penemuan penemuan baru yang sebelum sebelumnya belum pernah di teliti. Uniknya lagi iklan kecantikan ini sangat inovatif, yaitu tampak sangat dijelaskan digambarkan keluarga muslim didalamnya, seolah iklan tersebut menggambarkan bagaimana hidup dalam keluarga muslim. Dan terlihat jelas iklan tersebut sesuai dengan slogannya yang selalu mendukung pendidikan. Namun iklan tersebut tetap menyelipkan khas produk kecantikan pada umumnya. Namun tokoh utama disana digambarkan seorang perempuan yang tidak hanya cantik namun juga mengedepankan pendidikan. Penelitian ini menghasilkan pesan dakwah dari sudut akidah, syariah dan juga akhlak. Tentunya dengan analisis yang sangat mungkin untuk menemukan pesan pesan tersebut yaitu dengan menggunakan analisis Teun Van Dijk, dari 3 elemen yaitu struktur tematik dengan memperhatikan tema dari iklan tersebut, skematik melihat alur cerita dalam iklan dan semantik menemukan, maksud dari bahasa yang digunakan melalui dialog percakapan dalam iklan tersebut.
3. Di Indonesia, perempuan sering digambarkan sebagai pihak yang kurang dominan di tengah kepercayaan patriarki dimana laki-laki merupakan pihak dominan dan memiliki kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Mengapa demikian? Persoalan tentang perempuan merupakan persoalan yang senantiasa aktual dan seringkali mengundang perdebatan panjang yang tak berujung. Apapun isu tentang perempuan tidak terasa basi untuk menghiasi atmosfer pembicaraan publik, dan media massa tentu saja merupakan pihak yang sangat berkepentingan terhadap dieksposnya persoalan-persoalan yang

menarik seputar persoalan perempuan untuk bisa dikonsumsi khalayak. Media massa dan perempuan ibarat dua sisi mata uang yang tak bisa dipisahkan, keduanya memiliki kaitan erat yang saling melengkapi. Perempuan banyak yang memanfaatkan jasa media massa demi untuk meningkatkan popularitasnya, sebaliknya media massa butuh sebuah “nuansa khas” dari seorang perempuan, mulai dari sisi keberhasilan karir dan jabatannya, ketegarannya menyikapi sebuah persoalan besar, “kenekadannya” dalam melakukan sesuatu dan terakhir adalah keberaniannya untuk memperlihatkan auratnya. Setiap perempuan sebenarnya secara umum memiliki “rasa” yang sama dengan laki-laki yakni keinginan untuk terkenal, untuk mendapatkan banyak uang serta untuk menjadi terhormat.

Ada 4 (empat) alasan kenapa kita harus peduli ditertibkannya media massa yang memuat dan menampilkan gambar-gambar seronok dalam penerbitannya : *Pertama*, ketika masyarakat kita belum terdidik dan cerdas dalam memilah-milah informasi yang sampai kepadanya apakah ini merupakan sebuah pembenaran bagi pengusaha media massa untuk—karena alasan permintaan pasar yang sebenarnya lebih berorientasi pada keuntungan yang akan diraih—menyajikan info-info serta foto-foto vulgar seorang perempuan tanpa merasa sedikitpun membuat kesalahan. Seandainya memang benar, lantas kemana pertimbangan moralitas mereka. Mengapa kondisi masyarakat yang sebagian besarnya memang belum memiliki pendidikan yang cukup terus dibodohi dan direndahkan martabatnya. Harusnya ada proses pendidikan di tingkat wacana masyarakat untuk sedikit demi sedikit menuju sebuah perbaikan. Apabila pembodohan ini dilakukan terus-menerus, bisa jadi berjalannya waktu tidak akan berpengaruh sedikitpun terhadap perubahan cara pandang dan cara berpikir masyarakat. Kemajuan berpikir, kalau demikian caranya hanya menjadi sebuah retorika semu semata, karena langkanya proses “pencerahan” yang sampai ke masyarakat.

UJIAN SEMESTER

Mata Kuliah : Metodologi Penelitian Komunikasi
Dosen Pengasuh : Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Carobepoka, M.Si.
Prof. Isna Wijayani, M.Si., Ph.D.
Kelas : MIK Angkatan 5 Reguler A



Nama : Wawan Darmawan

NIM : 291910017

1. *Dari Iklan apakah hasil penelitian dalam materi 7? Jelaskan di media apa?
Iklan Fair and Lovely Edisi Nikah atau S2 di media Televisi*
2. *Dalam dialog Pengkonstruksian pesan tentang kesetaraan gender dalam iklan Fair and Lovely Edisi Nikah Atau S2 disampaikan dengan kata, bahasa tubuh, gaya, mimik wajah, dan warna. Sebutkan!*

Waktu	Foto/Gambar Dalam Iklan = Denotasi/Pesan ikonik yang tak terkodekan dalam gambar iklan	Kata/Kalimat Dalam Iklan	Konotasi/ Pesan yang terkodekan dalam gambar iklan
00:00:04		Ayah : <i>Kita punya jodoh yang cocok untukmu, terpelajar, karirnya bagus...</i>	Perempuan berhijab ditampilkan sebagai seorang yang pemikir, rajin belajar, serius mendengarkan arahan, dan memberi tanda tentang sosok perempuan cerdas, sopan dan religius
00:00:06		Anak Perempuan: <i>Tapi Pa, bagaimana</i>	Perempuan ditampilkan sebagai

		<i>dengan S2-ku?</i>	seorang yang berani mengeluarkan pendapat, <i>smart</i> , namun tetap sopan
00:00:13		Anak Perempuan bertanya pada teman perempuannya : <i>Nikah, atau S2?</i>	Perempuan dikodekan sebagai seorang yang gemar berdiskusi dan bertukar pendapat, pemikir, dan penuh pertimbangan, dimana hal ini biasanya dikodekan kepada laki-laki
00:00:15		Teman Anak Perempuan : <i>Kamu pasti menemukan jawabannya!</i>	Perempuan dikodekan sebagai seorang yang dapat mengambil keputusan dan menemukan jawaban atas sesuatu yang telah dipikirkan terlebih dulu
00:00:25		<i>Ada cahaya baru di diriku... (Lagu..)</i>	Perempuan dikodekan sebagai seorang yang percaya diri, mudah senyum, ceria, optimis, dan mengenakan pakaian berwarna merah yang menandakan keberanian

			menyampaikan keputusannya
00:00:28		Anak Perempuan: <i>Papa benar, nikah memang penting, tapi setelah lulus S2</i>	Perempuan ditampilkan sebagai seorang yang mempertegas pendapatnya bahwa pendidikan S2-nya tetap dilanjutkan, tapi membenarkan pernyataan ayahnya bahwa menikah itu penting. Ini memberi tanda bahwa perempuan juga memiliki sikap tegas namun bijaksana, sesuatu yang biasanya digambarkan hanya dimiliki oleh laki-laki.
00:00:32		Anak Perempuan: <i>Seperti dia, aku juga harus terpelajar, punya karir bagus... baru, kita berdua akan jadi jodoh yang pas</i>	Perempuan ditampilkan sebagai seorang yang berbicara dengan kalimat yang lugas dan berani menyampaikan pendapat bahwa laki-laki dan perempuan harus sama-sama

			terpelajar dan memiliki karir bagus, dengan demikian laki-laki dan perempuan merupakan pasangan yang pas
00:00:39		Anak Perempuan: <i>Seperti dia, jadi sama kan?</i>	Bahasa tubuh yang memberikan kode lewat tangan yang menunjukkan tentang kesejajaran antara laki-laki dan perempuan
00:00:41		<i>Kemana saja kamu selama ini...</i> (Narator)	Perempuan ditampilkan sebagai seorang yang percaya diri, ceria, cantik, pintar, lembut, namun tegas dan berwibawa

3. *Di Indonesia, perempuan sering digambarkan sebagai pihak yang kurang dominan di tengah kepercayaan patriarki dimana laki-laki merupakan pihak dominan dan memiliki kekuasaan dalam kehidupan bermasyarakat. Mengapa demikian?*

Sampai saat ini budaya patriarki masih langgeng berkembang di tatanan masyarakat Indonesia. Posisi laki-laki lebih dominan, lebih berpengaruh dan perempuan berada dalam posisi subordinat. Nilai patriarki sendiri terefleksikan secara makro dari pola kehidupan relasional antara perempuan dan laki-laki. Kaum laki-laki berada pada tempat yang lebih tinggi daripada kaum perempuan, dan keadaan tersebut

merembes ke dalam berbagai dimensi kehidupan masyarakat, termasuk media massa. Budaya ini dapat ditemukan dalam berbagai aspek dan ruang lingkup, seperti ekonomi, pendidikan, politik, hingga hukum sekalipun. Akibatnya, muncul berbagai masalah sosial yang membelenggu kebebasan perempuan dan melanggar hak-hak yang seharusnya dimiliki oleh perempuan. Meskipun Indonesia adalah negara hukum, namun kenyataannya payung hukum sendiri belum mampu mengakomodasi berbagai permasalahan sosial tersebut. Penyebabnya masih klasik, karena ranah perempuan masih dianggap terlalu domestik. Sehingga penegakan hukum pun masih cukup lemah dan tidak adil gender.

4. Beri kesimpulan hasil penelitian tersebut

Iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2 dapat dikatakan sebagai iklan yang mengubah konsep tentang perempuan yang umumnya sebagai kaum lemah dan tidak berdaya. Iklan ini menggambarkan perempuan sebagai seorang yang santun, tegas, cerdas, berani mengeluarkan pendapat, gemar berdiskusi, religius, percaya diri, tegas, cantik, dan ceria.

Iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2 berusaha menyampaikan pesan bahwa laki-laki dan perempuan bisa sejajar terutama dalam hal pendidikan dan karir. Iklan ini juga berusaha memberi pemahaman kepada masyarakat bahwa seorang anak perempuan diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapatnya dan menentukan pilihannya tentang kesempatan meraih pendidikan tinggi atau pilihan untuk menikah.

Iklan *Fair and Lovely* Edisi Nikah Atau S2 menggambarkan perempuan ditampilkan sebagai seorang yang pemikir, rajin belajar, cerdas, berani mengeluarkan pendapat, *smart*, sopan, suka berdiskusi dan bertukar pendapat, penuh pertimbangan, seorang yang dapat mengambil keputusan dan menemukan jawaban atas sesuatu yang telah dipikirkan terlebih dulu, percaya diri, murah senyum, ceria, optimis, berani menyampaikan keputusan, seorang yang mempertegas pendapatnya bahwa pendidikan S2-nya tetap dilanjutkan, tapi membenarkan pernyataan ayahnya bahwa menikah itu penting. Perempuan memiliki sikap tegas namun bijaksana, sesuatu yang biasanya digambarkan hanya dimiliki oleh laki-laki.