



ABSTRAK

REPRESENTASI PERAN PEREMPUAN DALAM IKLAN TOKOPEDIA #FindYourPurpose DAN PENUHI POTENSI ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Ahmad Na'im Haikal Anjabi
5201711181

Kampanye iklan Tokopedia "#FindYourPurpose dan Penuhi Potensi" muncul di tengah perkembangan pesat media online dan kesadaran yang meningkat tentang masalah kesetaraan gender. Media periklanan sering menempatkan perempuan pada peran domestik yang terbatas, yang cenderung memperkuat struktur patriarki. Pada iklan Tokopedia "#FindYourPurpose dan Penuhi Potensi", Tokopedia mengkampanyekan perempuan dalam berbagai pekerjaan profesional dengan tujuan untuk mengubah citra tradisional perempuan menjadi seseorang yang berdaya, aktif, dan memiliki pengaruh dalam masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi makna konotatif dan denotatif, serta mengungkap ideologi yang dibangun melalui bagaimana peran perempuan digambarkan dalam iklan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, menggunakan pendekatan deskriptif dan analisis semiotika dari model Roland Barthes: denotasi, konotasi, dan mitos. Objek penelitian ini adalah iklan Tokopedia "#FindYourPurpose dan Penuhi Potensi" yang ditayangkan di YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan digambarkan dalam iklan sebagai tangguh, mandiri, dan mudah beradaptasi. Mereka juga mampu menjalankan peran ganda, yaitu untuk mendidik dan menjaga anak, diimbangi dengan berkarir secara profesional, serta memiliki kekuatan intelektual dan kepemimpinan yang setara dengan laki-laki di tempat kerja. Representasi ini secara simbolik menciptakan mitos baru tentang perempuan modern sekarang yang bebas dan memiliki kebebasan untuk memutuskan apa yang ingin mereka lakukan dalam hidup mereka. Mereka tidak lagi terbatas oleh stereotype domestik. Ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki ruang yang sama dalam berbagai aspek kehidupan publik dan profesional.

Kata Kunci: representasi, perempuan, semiotika, iklan

ABSTRACT

REPRESENTATION OF WOMEN'S ROLES IN TOKOPEDIA'S #FindYourPurpose ADVERTISEMENTS AND FULFILLING THE POTENTIAL OF ROLAND BARTHES' SEMIOTIC ANALYSIS

Ahmad Na'im Haikal Anjabi
5201711181

Tokopedia's "#FindYourPurpose dan Penuhi Potensi" advertising campaign emerged amidst the rapid development of online media and increasing awareness of gender equality issues. Advertising media often places women in limited domestic roles, which tends to reinforce patriarchal structures. In Tokopedia's "#FindYourPurpose dan Penuhi Potensi" advertisement, Tokopedia campaigns for women in various professional jobs with the aim of changing the traditional image of women into someone who is empowered, active, and influential in society. The purpose of this study is to identify connotative and denotative meanings, and to uncover the ideology constructed through how women's roles portrayed in the advertisement. This study uses a qualitative approach, using a descriptive approach and semiotic analysis from Roland Barthes' model: denotation, connotation, and myth. The object of this research is the Tokopedia advertisement "#FindYourPurpose dan Penuhi Potensi" broadcast on YouTube. The results show that women are depicted in the advertisement as tough, independent, and adaptable. They are also capable of carrying out dual roles, namely educating and caring for children, balanced with a professional career, and possessing intellectual and leadership strengths equal to men in the workplace. This representation symbolically creates a new myth about modern women who are free and have the freedom to decide what they want to do with their lives. They are no longer confined by domestic stereotypes. This demonstrates that women have equal space in various aspects of public and professional life.

Keywords: *representation, women, semiotics, advertising*