

**REPRESENTASI PERAN GANDA PEREMPUAN  
DALAM IKLAN SUNLIGHT EXTRA HIGIENIS BARU**

**(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial, Hukum dan Politik  
Universitas Negeri Yogyakarta untuk Memenuhi Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Oleh:

Afifah Nur Ashikah

NIM. 18419144022

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL, HUKUM, DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN

Proposal Tugas Akhir Skripsi dengan Judul  
**Representasi Peran Ganda Perempuan dalam Iklan Sunlight Extra Higienis  
Baru (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Disusun oleh:

Afifah Nur Ashikah  
NIM.18419144022

Telah Diseminarkan Di Depan Pembimbing Dan Narasumber Skripsi  
Pada Tanggal 6 Juli 2022  
Secara online

Telah Disetujui

Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi



Dr. Wuri Handayani, M. Si.  
NIP. 196212291987032001

Mengetahui

Wakil Dekan Bidang Akademik,  
Kemahasiswaan dan Alumni



Dr. Supardi, M.Pd.  
NIP. 197303152003121001

## LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**REPRESENTASI PERAN GANDA PEREMPUAN  
DALAM IKLAN SUNLIGHT EXTRA HIGIENIS BARU  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Disusun oleh:

Afifah Nur Ashikah  
NIM.18419144022

Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh Dosen Pembimbing  
Untuk Dilaksanakan Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi  
Bagi Yang Bersangkutan

Yogyakarta, 17 Februari 2023

Mengetahui,  
Kepala Program Studi,

Disetujui,  
Dosen Pembimbing,

  
Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M.Si.  
NIP.19590723 19880 32001

  
Dr. Wuri Handayani, M.Si.  
NIP. 196212291987032001

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afifah Nur Ashikah

NIM : 18419144022

Departemen : Ilmu Komunikasi

Judul TAS : Representasi Peran Ganda Perempuan dalam Iklan Sunlight  
Extra Higienis Baru (Analisis Semiotika Roland Barthes)

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak ada karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata cara penulisan yang lazim.

Yogyakarta, 24 Februari 2023

Yang menyatakan,



Afifah Nur Ashikah

NIM. 18419144022

# HALAMAN PENGESAHAN

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**REPRESENTASI PERAN GANDA PEREMPUAN  
DALAM IKLAN SUNLIGHT EXTRA HIGIENIS BARU  
(Analisis Semiotika Roland Barthes)**

Disusun oleh:  
Afifah Nur Ashikah  
NIM. 18419144022

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Departemen Ilmu  
Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik  
Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal 24 Februari 2023

### TIM PENGUJI

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Wuri Handayani, M. Si. Ketua Penguji/ Pembimbing		15-03-2023
Benni Setiawan, S. H. I., M. S. I. Sekretaris Penguji		10-03-2023
Dra. Pratiwi Wahyu Widiarti, M. Si. Penguji Utama		7-03-2023

Yogyakarta, ... 15 MAR 2023

Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik  
Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



**Dr. Drs. Suhadi Purwantara, M. Si.**

NIP. 195911291986011001

# **REPRESENTASI PERAN GANDA PEREMPUAN DALAM IKLAN SUNLIGHT EXTRA HIGIENIS BARU (Analisis Semiotika Roland Barthes)**

oleh:  
Afifah Nur Ashikah  
18419144022

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi peran ganda perempuan dalam iklan Sunlight Extra Higienis Baru. Hal ini menjadi penting karena sajian dalam iklan dapat menjadi media komunikasi untuk memperluas makna tentang konsep gender dan definisi perempuan sempurna.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data penelitian berasal dari data primer, yaitu iklan Sunlight Extra Higienis Baru dan data sekunder yang didapatkan melalui teknik dokumentasi dan wawancara dengan informan penelitian, yaitu Gilang Jiwana Adikara, S.I.Kom., M.A., Dosen Ilmu Komunikasi dan Sasiana Gilar Apriantika, M. A., Dosen Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi dan wawancara. Guna menjamin validitas data yang dikumpulkan, penelitian ini menggunakan triangulasi data. Teknik analisis data menggunakan peta tanda analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji tanda dan simbol dalam sajian iklan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi peran ganda perempuan dalam iklan Sunlight Extra Higienis Baru ditunjukkan dengan mengaplikasikan nilai gender transformatif dengan merepresentasikan perempuan berperan produktif di sektor publik, namun tetap ditampilkan secara feminim sebagai ibu rumah tangga yang berperan penting dalam keluarga. Tokoh perempuan dalam iklan direpresentasikan memiliki tiga peran, yaitu sebagai ibu rumah tangga, perempuan pekerja, dan seorang ibu yang mengasuh dan mendidik anak. Representasi peran ganda perempuan tidak dimaknai sebagai bentuk ketidakadilan gender yang menjebak perempuan dalam belenggu dua peran sekaligus, melainkan sebagai perluasan makna tentang gender dan definisi perempuan sempurna. Gender adalah sesuatu yang dinamis dan perempuan sempurna adalah yang mampu menempatkan komitmen sama rata antara peran domestik dan publik secara bijak. Makna pesan dibuat dengan memberikan kesan pemberdayaan kepada kaum perempuan untuk berani memilih dan membuktikan bahwa perempuan dalam lebih dari sekedar domestik. Representasi peran ganda perempuan menjadi wacana iklan yang persuasif karena dapat mempengaruhi dan mempermainkan perasaan khalayak penonton, sehingga ingat dan bersedia membeli produk yang ditawarkan.

**Kata Kunci: Representasi, Iklan, Semiotika Roland Barthes, Peran Ganda Perempuan, Gender**

# **REPRESENTATION OF WOMEN'S DUAL ROLES IN THE NEW EXTRA HYGIENIC SUNLIGHT ADVERTISEMENT (Analysis Semiotics Roland Barthes)**

by:  
Afifah Nur Ashikah  
18419144022

## **ABSTRACT**

This study aims to find out how the representation of women's dual roles in the New Sunlight Extra Hygienic advertisement. This is important because the presentation in advertising can be a medium of communication to expand about gender and the definition of perfect woman.

This research uses a qualitative approach. The research data comes from primary data, namely the New Sunlight Extra Hygienic advertisement and secondary data obtained through documentation techniques and interviews with research informants, namely Gilang Jiwana Adikara, S.I.Kom., M.A., Lecturer of Communication Science, Yogyakarta State University and Sasiana Gilar Apriantika, M. A., Lecturer of Sociology Education, Yogyakarta State University. The method of data collection is carried out by documentation and interviews. To ensure the validity of the data collected, this study used data triangulation. Data analysis techniques use Roland Barthes' semiotic analysis sign maps to examine signs and symbols in advertising presentations.

The results showed that the representation of women's dual roles in the New Sunlight Extra Hygienic advertisement was demonstrated by applying transformative gender values by presenting women with productive roles in the public sector, but still displayed femininely as housewives who played an important role in the family. The female character in the advertisement is represented as having three roles, namely as a housewife, a working woman, and a mother who nurtures and educates children. The representation of women's dual roles is not interpreted as a form of gender injustice that traps women in the two roles at once, but rather as an extension of the meaning of gender and the definition of perfect woman. Gender is something dynamic and perfect women are the ones who are able to place commitments equally between domestic and public roles wisely. The meaning of the message is made by giving the impression of empowerment to women to dare to choose and prove that women are more than just domestic. The representation of the dual role of women becomes a persuasive advertising discourse because it can influence and play with the feelings of the audience, so that they remember and are willing to buy the products offered.

**Keywords: Representation, Advertising, Semiotics Roland Barthes, Women's Dual Roles, Gender**

## HALAMAN MOTTO

*“Hidup bukan soal kecepatan, namun tentang arah tujuan”.*

*(Kim Nam Joon)*





## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keberkahan hidup, nikmat dan rezeki, serta kekuatan sehingga saya dapat bertahan dan berjuang untuk sampai pada titik ini.

Pertama, saya persembahkan tugas akhir skripsi ini kepada saya sendiri yang mampu bertahan dan sebagai rasa syukur karena Allah SWT telah menurunkan kelimpahan rezeki sehingga saya dapat menempuh pendidikan di Universitas Negeri Yogyakarta. Ini merupakan bentuk tanggung jawab atas apa yang telah diberikan oleh Allah melalui orang tua saya dan semoga ilmu yang saya dapatkan selama ini bisa bermanfaat bagi diri saya dan orang lain.

Kedua, saya persembahkan Tugas Akhir Skripsi ini kepada kedua orang tua saya tercinta yang telah berjuang tiada henti menjamin pendidikan saya sejak masa taman kanak-kanak saya kuliah di prodi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Yogyakarta. Tidak lupa keluarga saya tercinta, adik dan kedua kakak saya yang selalu mengisi kekosongan hati saya dengan selalu menghibur dan sebagai pendamping mental (*support system*) terbaik bagi saya.

Ketiga, saya persembahkan kepada segenap dosen, sahabat, dan teman-teman saya sebagai ucapan terima kasih telah memberikan suntikan ilmu, nasihat, dan mendukung saya secara penuh, sehingga saya dapat bertahan, terus berusaha, dan memperbaiki diri untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi. Dengan segenap hati saya mengucapkan terima kasih sudah menjadi bagian dari kisah hidup saya.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan keberkahan hidup, nikmat dan rezeki, serta kekuatan sehingga saya dapat bertahan dan berjuang untuk sampai pada titik ini dan menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Representasi Peran Ganda Perempuan dalam Iklan Sunlight Extra Higienis Baru” dengan lancar tanpa suatu kendala yang berarti. Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta. Tentu saja dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, kerja sama dari beberapa pihak, serta dukungan dari orang-orang baik di sekitar saya. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Wuri Handayani, M. Si., selaku dosen pembimbing yang dengan setia memberikan waktu serta tenaganya untuk membimbing, memberikan masukan, serta semangat kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh bapak/ibu dosen, beserta staf admin Ilmu Komunikasi UNY yang telah memberikan pengajaran dan membantu saya selama berkuliah di Ilmu Komunikasi.
3. Ayah dan Mamah yang tidak pernah lelah berupaya memberikan yang terbaik selama saya berkuliah dan menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
4. Ibu Sasiana Gilar Apriantika, M. A., dan Mas Gilang Jiwana Adikara, S. I. Kom., M. A., selaku informan pendukung penelitian yang sudah

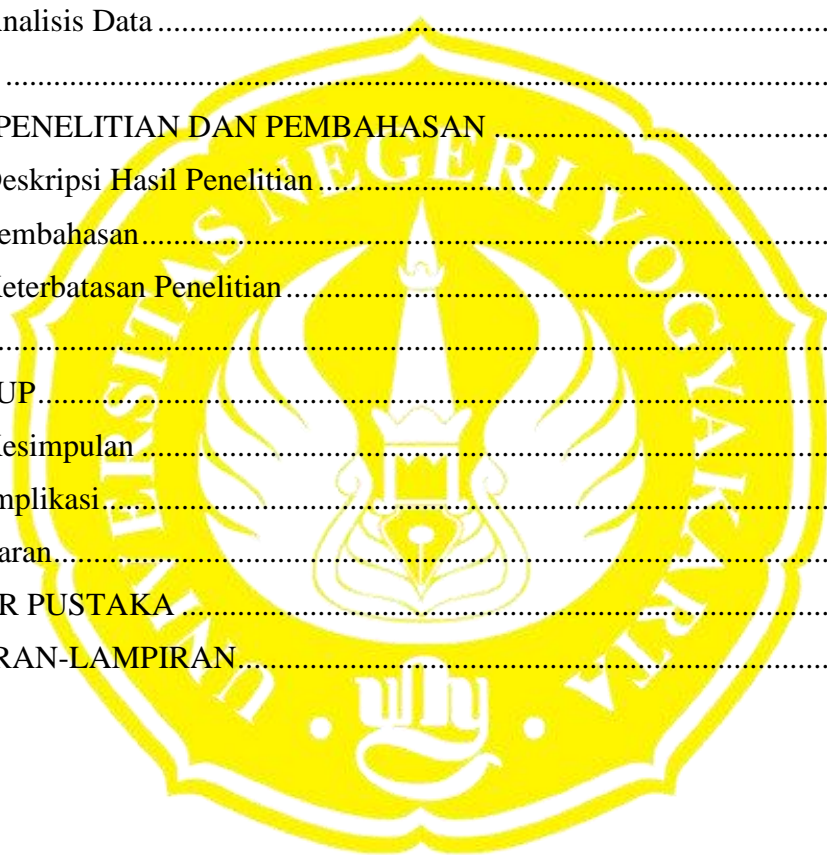
memberikan waktunya untuk berdiskusi dan memberikan data penelitian untuk skripsi saya.

5. Kakak saya, Fauzan dan Khoir yang dengan baik hati membelikan buku-buku untuk menunjang proses penulisan Tugas Akhir Skripsi saya.
6. Adik saya yang sangat saya sayangi, Shofi Nur Rosyada yang sudah selalu menghibur, membawa gelak tawa bahagia disaat saya mengalami patah semangat selama proses mengerjakan Tugas Akhir Skripsi ini.
7. Teman-teman Happiness, Farah, Via, Sasa, Maura, Nindy, dan Zulkha yang merupakan teman sepermainan sejak SD sekaligus keluarga bagi saya yang selalu kebersamai saya dalam setiap momen senang maupun duka.
8. Sahabatku tercinta, Geby Alfariza yang selalu setia berada di samping saya, memberikan dukungan dan semangat selama proses penulisan Tugas Akhir Skripsi ini.
9. Bagas Tegar Sumantri, Mario Valentino, Daffa Maulana Muhammad, Millencia Laura, Lilian Ratu Lintang, Rindiani Lola Padma, Nan Bunga Ballerina, Alifa Aisyahrani, Annisa Zhafira, dan Miftah Imti Sholikhah, yang telah menjadi teman baik saya, memberikan dukungan, memberikan arahan dan saran, serta menjadi *support system* selama saya mengerjakan Tugas Akhir Skripsi ini.
10. Terakhir untuk semua orang-orang baik yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu karena telah turut memberikan warna dalam kisah cerita perjuangan saya dalam menulis Tugas Akhir Skripsi ini.

## DAFTAR ISI

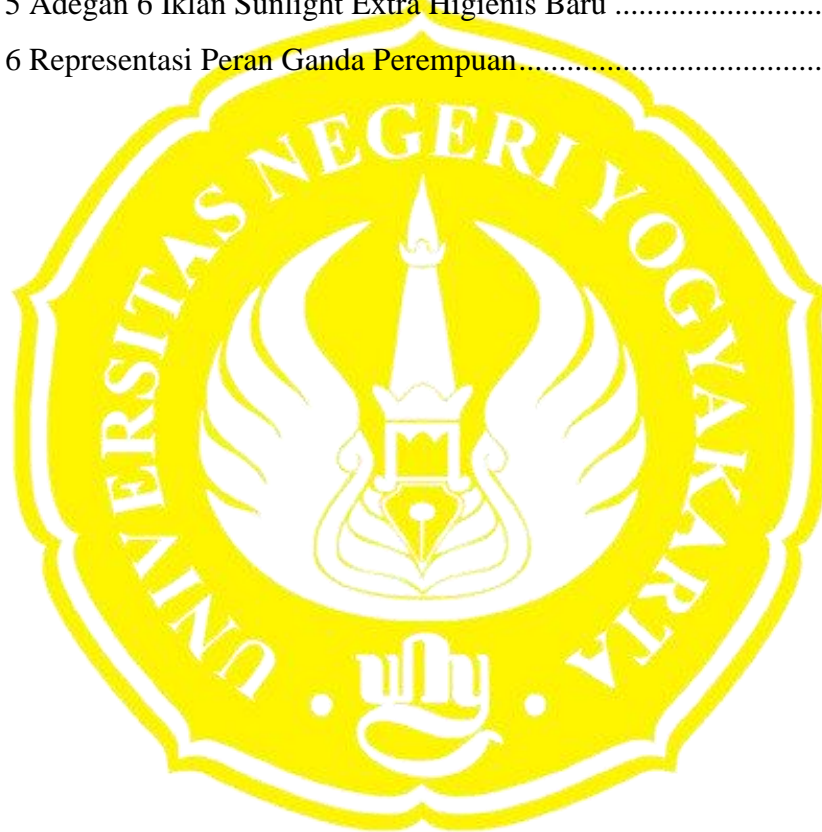
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
HALAMAN MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	24
C. Fokus Masalah .....	26
D. Rumusan Masalah .....	26
E. Tujuan Penelitian .....	26
F. Manfaat Penelitian .....	28
BAB II.....	28
LANDASAN PUSTAKA .....	28
A. Kajian Pustaka.....	28
1. Iklan sebagai Media Komunikasi .....	28
2. Representasi.....	36
3. Representasi Perempuan dalam Iklan.....	42
4. Femvertising .....	46
5. Gender .....	51
6. Semiotika Roland Barthes .....	58
B. Kajian Penelitian Relevan .....	66

C. Pertanyaan Penelitian .....	71
BAB III .....	72
METODE PENELITIAN.....	72
A. Pendekatan Penelitian .....	72
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	73
C. Sumber Data.....	74
D. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data .....	75
E. Keabsahan Data.....	77
F. Analisis Data .....	79
BAB IV .....	83
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	83
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	83
B. Pembahasan.....	125
C. Keterbatasan Penelitian.....	160
BAB V.....	162
PENUTUP.....	162
A. Kesimpulan .....	162
B. Implikasi.....	163
C. Saran.....	164
DAFTAR PUSTAKA .....	166
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	170



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peta Tanda Analisis Semiotika Roland Barthes.....	61
Tabel 3. 1 Informan Pendukung Penelitian.....	75
Tabel 4. 1 Alur Iklan Sunlight Extra Higienis Baru.....	88
Tabel 4. 2 Adegan 1 Iklan Sunlight Extra Higienis Baru .....	100
Tabel 4. 3 Adegan 3 Iklan Sunlight Extra Higienis Baru .....	109
Tabel 4. 4 Adegan 5 Iklan Sunlight Extra Higienis Baru .....	114
Tabel 4. 5 Adegan 6 Iklan Sunlight Extra Higienis Baru .....	118
Tabel 4. 6 Representasi Peran Ganda Perempuan.....	124



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Potongan Adegan Iklan Sunlight Extra Higienis Baru .....22

