

# Representasi Perempuan Pada Iklan Televisi Dancow Calcium Plus Versi More Than A Woman

Priscilla Marcia Wijaya

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain

Universitas Kristen Petra, Surabaya

Email: priscilla\_marcia@hotmail.com

## Abstrak

Iklan televisi Dancow *Calcium Plus versi More Than A Woman* menampilkan figur perempuan yang berbeda dari stereotipe masyarakat patriarkat. Figur perempuan pada iklan ini dapat melakukan berbagai aktivitas baik yang biasanya diidentikkan dengan pekerjaan perempuan maupun laki-laki. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, metode semiotika dan kode televisi John Fiske.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa representasi perempuan pada iklan ini cenderung bias *gender* modern, yaitu konstruksi sosial yang menempatkan perempuan sebagai sosok tradisional pada budaya modern, serta terdapat adanya pencampuran ideologi-ideologi tradisional dan modern pada masyarakat patriarkat.

**Kata kunci:** Representasi, Perempuan, *Gender*, Iklan Televisi Dancow Calcium Plus, Semiotika, Kode Televisi John Fiske

## Abstract

**Title:** *Representation of Woman on Television Commercial of Dancow Calcium Plus “More Than A Woman” version.*

*Television Commercial of Dancow Calcium Plus “More Than A Woman” version shows a woman in a different way than stereotypes of woman in a patriarchal cultures. Woman figure in this commercial can perform both of the activities that usually performed by a man and woman. This research used qualitative research semiotics method with John Fiske television codes.*

*From the results of this research, it can be concluded that woman representation in this commercial tend to be gender-biased in modern culture, where social constructions that place women in traditional figures of modern cultures, and there is a blending of traditional and modern ideologies in patriarchal cultures.*

**Keywords:** *Representation, Woman, Gender, Dancow Calcium Plus Television Commercial, Semiotics, John Fiske Television Codes*

## Pendahuluan

Iklan suatu produk terutama pada media televisi umumnya ditayangkan secara berulang-ulang sehingga dapat mempengaruhi penontonnya. Di dalam iklan televisi sering dijumpai adanya perempuan. Perempuan dalam iklan televisi sering ditampilkan mengacu pada *stereotype* tertentu, misalnya sosok perempuan sebagai ibu rumah tangga atau sebagai sosok yang lemah, pasif, dianggap remeh dan selalu dinomorduakan dalam segala hal. Berbeda dengan iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman*. Secara visual, iklan televisi ini menampilkan perempuan sebagai

perempuan yang aktif, mandiri dan kuat dalam menjalankan aktivitas kesehariannya. Dapat dikatakan perempuan yang ada pada iklan televisi dapat melakukan aktivitas ‘apa saja’, baik aktivitas yang biasanya identik dilakukan oleh perempuan atau laki-laki.

Iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman* diproduksi oleh *25 Frame* dengan durasi 30 detik dan ditayangkan pada televisi sekitar akhir bulan November 2011. Iklan ini menampilkan beberapa potongan aktivitas yang sedang dilakukan oleh perempuan seperti membawa kantong belanja, mengangkat anak kecil perempuan, duduk bersama

anak kecil perempuan sambil membawa buku, menata meja, membawa makanan, mengipas satai, meminum susu dan bermain bola di lapangan.

Dalam iklan televisi ini terdapat dua orang narator yaitu laki-laki dan perempuan, yang diawali dari narator laki-laki yang mengatakan “sekarang, wanita bisa jadi lebih dari wanita, kadang jadi guru, jadi *manager*, *chef*? Bisa” dan selanjutnya narator perempuan mengatakan “karenanya ia butuh tulang kuat. Baru, Dancow *Calcium Plus* dengan *CalciLock* untuk membantu menguatkan, menyerap dan mengunci kalsium agar tulang kuat”. Setelah itu, narator laki-laki mengatakan “Jadi atlet oke juga. Kekuatannya anugerah buat kami.” Narator laki-laki lebih menekankan pada pandangan pribadinya terhadap perempuan yang digambarkan pada visual iklan televisi dan narator perempuan lebih menekankan pada produk Dancow *Calcium Plus*.

Berdasarkan penelusuran terkait adanya penelitian tentang representasi perempuan, iklan televisi Dancow *Calcium Plus versi More Than A Woman* belum pernah diteliti yang dapat dilihat dari tabel identifikasi berikut ini.

**Tabel 1. Identifikasi**

Judul skripsi/jurnal	Perbedaan dengan penelitian peneliti
Representasi perempuan dalam film <i>Twilight</i> – Jessica Damayanti H. 2010	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (film <i>Twilight</i> ). b. Menganalisis beberapa perempuan yang terdapat pada film <i>Twilight</i> .
Film dan ideologi: <i>Konstruksi Ideologi Feminisme pada film pendek Lux</i> – Febe Putri H. 2007	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (film pendek <i>Lux</i> ). b. Mempunyai jenis penelitian yang berbeda (kualitatif eksploratif, metode analisis tekstual) c. Meneliti feminisme pada empat film pendek <i>Lux</i> .
Representasi feminisme dalam film <i>Perempuan Berkalung Sorban</i> – Adista Paramita 2009	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (film <i>Perempuan Berkalung Sorban</i> ).
Representasi feminisme dalam film <i>The Devil Wears Prada</i>	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (film <i>The Devil Wears Prada</i> ).

<i>Prada</i> – Maria Intan K. 2009	b. Mempunyai jenis penelitian yang berbeda (kualitatif eksploratif).
Representasi feminisme dalam film <i>Sex in the City</i> – Rani Indah 2011	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (film <i>Sex in the City</i> ).
Representasi <i>gender</i> dalam iklan Teh Sariwangi “Mari Bicara” di Media Televisi – Valentine Ella Setiawan 2010	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (iklan televisi Sariwangi). b. Mempunyai unit analisis dan teknik analisis yang berbeda (paradigma dan sintagma).
Representasi feminisme dalam film <i>Ku Tunggu Jandamu</i> – Arga Fajar Rianto 2010	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (film <i>Ku Tunggu Jandamu</i> ). b. Menggunakan semiotika yang berbeda (C. S. Pierce)
Representasi feminisme di film <i>Minggu Pagi Victoria Park</i> – Faiza Malia 2010	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (film <i>Minggu Pagi Victoria Park</i> ). b. Lebih mengarah pada perempuan pada lingkup pekerjaan (Perempuan Tenaga Kerja Indonesia).
Representasi perempuan dalam iklan <i>shampo : analisis semiotik pada iklan shampo Rejoice Rich dan iklan shampo Sunsilk Clean and Fresh</i> – Yuniarti Eka 2005	a. Mempunyai subjek penelitian yang berbeda (iklan <i>shampo rejoice Rich dan Sunsilk Clean and Fresh</i> ). b. Membandingkan perempuan dalam iklan <i>shampo Rejoice Rich</i> dan iklan <i>shampo Sunsilk</i> .

Sumber: <http://lontar.ac.id> ; <http://dewey.petra.ac.id>, <http://isjd.pdii.lipi.go.id>

## Metode Penelitian

Dalam penelitian tentang representasi perempuan dalam iklan televisi Dancow *Calcium Plus versi More Than A Woman*, peneliti menggunakan penelitian kualitatif.

Metode yang digunakan untuk menganalisa pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode semiotika. Metode semiotika ini digunakan untuk

menemukan makna atau pesan yang tersembunyi di balik iklan televisi Dancow *Calcium Plus versi More Than A Woman*.

Unit analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah kode-kode televisi John Fiske yang mempunyai tiga *level* yang dimana ketiganya merupakan suatu kesatuan dan tidak dapat dipisahkan. Dalam *Television Culture* (Fiske, 1987, p.5), kode-kode televisi dibagi menjadi tiga *level* yaitu:

1. *Level* pertama adalah *reality* (realitas). Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *appearance* (penampilan), *environment* (lingkungan), *behavior* (perilaku), *gesture* (gerakan), *expression* (ekspresi).
2. *Level* kedua adalah *representation* (representasi). Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *camera* (kerja kamera), *lighting* (teknik pencahayaan), *editing* (penyuntingan), *music* (kerja musik).
3. *Level* ketiga adalah *ideology* (ideologi). Kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah *gender*, patriarki (patriarchy), feminisme (feminism) dan perkembangannya.

Dalam menganalisis, pertama-peneliti mengamati iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman* lalu memilih *scene* dan narasi yang signifikan dengan fokus penelitian yaitu relasi *gender*. Setelah itu menganalisis gambar dan narasi yang telah dipilih dengan menggunakan metode semiotika dan unit analisis kode televisi John Fiske. Peneliti membagi menjadi tiga tataran dalam analisis yaitu deskripsi, makna dan ideologi. Deskripsi berisi penjabaran apa yang ditangkap secara visual, makna berisi pendalaman dari deskripsi atau mengungkapkan arti dari deskripsi dan ideologi berisi pendalaman dari tataran makna yang dikaitkan dengan konsep-konsep tertentu.

## Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti memilih dan menganalisis delapan *capture* gambar dan narasi dari narator laki-laki dari iklan televisi Dancow *Calcium Plus versi More Than A Woman*.

## Analisis Gambar:



Gambar 1. Potongan adegan iklan 1

## Deskripsi:

Pada gambar ini juga terdapat enam figur yang terdiri dari tiga orang perempuan dan tiga orang laki-laki yang dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Figur perempuan tua berambut hitam pendek dengan pakaian yang berwarna kecoklatan yang sedang berdiri dan mengangkat terbuka kedua tangannya ke arah figur perempuan kecil.
2. Figur perempuan kecil berambut hitam lurus panjang dengan gaya rambut yang terikat satu, menggunakan pakaian terusan atau *dress* berwarna kuning dengan panjang selutut yang sedang berdiri (sedikit membungkuk) dan mengangkat terbuka kedua tangannya ke arah figur perempuan tua.
3. Figur laki-laki tua berambut putih dengan kemeja yang berwarna kebiruan yang sedang berdiri (sedikit membungkuk) dan sedang mengangkat terbuka kedua tangannya ke arah anak kecil laki-laki.
4. Figur laki-laki kecil yang menggunakan penutup kepala dengan memakai baju berwarna putih dengan dirangkap kemeja kotak-kotak berwarna biru putih dengan celana pendek dengan panjang selutut berwarna cokelat. Figur laki-laki kecil tersebut sedang berjalan sambil mengangkat terbuka kedua tangannya ke arah seorang figur laki-laki tua.
5. Figur perempuan dewasa berambut keriting berwarna hitam terurai dengan gaya rambut terurai, menggunakan baju berwarna putih dengan cardigan berwarna hijau, rok berwarna hitam dan menggunakan sepatu hak tinggi berwarna hitam. Perempuan tersebut sedang berjalan ke arah belakang mobil.
6. Figur laki-laki dewasa berambut hitam pendek, menggunakan kemeja berwarna biru muda dengan celana panjang kain berwarna hitam polos yang sedang berdiri di belakang mobil.

## Makna:

Enam orang figur yang terdapat pada gambar diidentikan dengan sebuah keluarga yang terdiri dari kakek, nenek, suami (ayah), istri (ibu), anak kecil laki-laki dan anak kecil perempuan. Visualisasi iklan

tersebut dapat diasumsikan keluarga (ibu, ayah dan dua anak kecil) sedang mengunjungi kakek dan nenek. Dari penampilan maupun gestur tubuh menunjukkan bahwa kakek dan nenek menyambut dan menerima kedatangan keluarganya dan juga mereka menyayangi cucunya.

### Ideologi:

*Gender* yang ada di masyarakat ditentukan oleh pandangan masyarakat tentang maskulin dan feminin. Hal ini tampak pada penampilan perempuan yang feminin dan laki-laki pada gambar yang maskulin. Dari gambar ini dapat diasumsikan bahwa orang tua mendidik anaknya sesuai dengan konstruksi *gender* yang dimana perempuan menggunakan rok atau *dress* atau laki-laki menggunakan celana panjang atau celana pendek. Dalam gambar ini juga terdapat adanya tradisi yang dimana kedekatan antargenerasi cenderung pada jenis kelamin yang sama. Biasanya, apabila mempunyai kedekatan jenis kelamin yang sama, maka pembicaraan, kesenangan dan juga cara berpikir cenderung sama.



**Gambar 2. Potongan adegan iklan 2**

### Deskripsi:

Pada gambar ini terdapat seorang figur perempuan dewasa dan seorang figur laki-laki. Figur perempuan dewasa ditampilkan dengan rambut berwarna hitam keriting pada bagian bawah saja, gaya rambut terurai dan tidak menggunakan poni. Figur perempuan dewasa tersebut menggunakan pakaian yang berwarna hijau, tampak memperlihatkan bibir yang ditarik ke atas dan tampak giginya. Pandangan mata perempuan dewasa mengarah pada bawah. Figur perempuan dewasa mengangkat dua kantong besar berwarna coklat yang didalamnya terisi beberapa macam jenis barang dengan kedua tangannya. Selain itu, pada tangan sebelah kirinya tampak ada empat 'gantungan/pegangan'.

Figur laki-laki dewasa ditampilkan dengan rambut pendek berwarna hitam, mempunyai tubuh yang besar, menggunakan kemeja berwarna biru muda dengan melipat kemeja lengan panjangnya sampai ke lengan, menggunakan jam tangan berwarna hitam di

tangan kanannya. Figur laki-laki dewasa sedang melihat figur perempuan dewasa dengan memperlihatkan bibir yang ditarik ke atas dan tampak giginya dan figur laki-laki dewasa tampak sedang mengangkat tangannya dan memegang pintu bagasi mobil yang terbuka ke atas.

### Makna:

Perempuan yang diidentikan dengan sosok yang lemah dan dalam hal membawa barang, terdapat kebiasaan perempuan tidak membawa barang yang berat dan perempuan bergantung pada laki-laki dalam hal membawa barang yang berat terutama apabila laki-laki dan perempuan berada pada tempat yang sama.

Berbeda dengan perempuan pada gambar ini, dapat diasumsikan bahwa perempuan tersebut tampak senang dalam melakukan pekerjaannya, sekalipun barang yang dibawa oleh perempuan tampak berlebihan (kantong coklat dan bawaan yang ada di pergelangan tangannya yang seperti dua tas) dan terlihat besar, banyak, berat dan menggunakan rok dan sepatu hak tinggi yang sedikit menyulitkan dalam membawa barang yang banyak dan besar. Hal itu juga menunjukkan bahwa perempuan terlihat sanggup dalam membawa barang yang besar, banyak dan berat dalam waktu yang bersamaan sekaligus.

Dilihat dari barang yang dibawa oleh perempuan, kantong coklat yang berisi barang-barang tersebut ditafsirkan merupakan makanan serta bahan-bahan untuk membuat makanan.

### Ideologi:

Perempuan identik dengan sosok yang bergantung pada laki-laki. Dalam segi perilaku yang dilakukan oleh perempuan pada gambar, perempuan tidak hanya ditonjolkan pada penampilan fisik yang terlihat lemah lembut, cantik dan keibuan saja, namun juga terlihat mandiri, tidak bergantung pada laki-laki dalam membawa barang yang diasumsikan sebagai makanan. Seolah-olah perempuan sadar akan tugasnya yaitu dalam hal mengurus barang belanjaan (makanan). Dengan adanya kesadaran tersebut, tanpa disuruh pun, perempuan akan dengan sendirinya membawa barang-barang tersebut.



**Gambar 3. Potongan adegan iklan 3**

**Deskripsi:**

Pada gambar ini terdapat figur perempuan dewasa dengan rambut lurus panjang berwarna hitam dengan gaya rambut yang terikat sebagian, menggunakan pakaian putih bermotif dan celana panjang *jeans*. Figur perempuan dewasa ini terlihat sedang mengangkat figur perempuan kecil yang berambut hitam dengan gaya rambut dikuncir dua dan menggunakan pakaian berwarna merah muda dan celana pendek *jeans*.

Figur perempuan dewasa tampak mendongakkan kepalanya dengan pandangan mata tertuju pada tangan figur perempuan kecil dan sarang burung. Figur perempuan kecil tampak sedang memegang burung dengan tangan kanannya, sedang mengangkat tangan kanannya ke arah sarang burung yang berada di atas pohon dan mendongakkan kepala ke atas dengan pandangan mata tertuju pada sarang burung dan tangan kanannya yang terdapat burung.

**Makna:**

Pada gambar ini terdapat adanya relasi antara perempuan dewasa dan anak kecil perempuan. Perempuan dewasa (ibu) kebanyakan beraktivitas bersama dengan anak-anak dan dapat dilihat pada gambar ini. Perempuan dewasa ini sedang mengerahkan tenaga untuk mengangkat anak kecil perempuan yang diasumsikan usianya lebih dari 5 tahun dan berat badannya lebih dari 20 kilogram.

Perempuan dewasa tersebut kuat dalam hal mengangkat yang berat. Mengangkat atau menggendong anak diidentikan dengan tugas dan tanggung jawab seorang perempuan dewasa (ibu) dalam mengurus anak. Mengangkat atau menggendong anak diasumsikan adanya sebuah perlindungan, kekuatan dan kepercayaan. Mengangkat ke atas atau ke tempat yang lebih tinggi juga menunjukkan adanya naik ke tingkatan yang lebih tinggi.

**Ideologi:**

Perempuan menangani dalam pekerjaan yang sedikit membutuhkan kekuatan fisik bahkan ringan karena perempuan mempunyai organ reproduksi yang sensitif jadi perempuan (Widyatama, 2006, p. 4). Perempuan pun dikonstruksikan oleh masyarakat tradisional sebagai sosok yang lemah, tetapi berbeda pada perilaku perempuan dewasa pada gambar ini.

Perempuan dewasa sedang mengerahkan tenaganya untuk mengangkat anak kecil yang beratnya kurang lebih 20kg. Hal tersebut menandakan bahwa perempuan tersebut kuat dalam mengangkat yang berat. Selain kuat dalam mengangkat anak kecil yang berat, perempuan tersebut juga tampak melindungi dan menjaga anak kecil agar tidak jatuh yang merupakan peran dari seorang ibu. Peran seorang ibu adalah membantu, merawat, membimbing, mengasuh, menjaga, melindungi dan mengurus anak bahkan sejak masih bayi (Widyatama, 2006: 125).



**Gambar 4. Potongan adegan iklan 4**

**Deskripsi:**

Pada gambar ini terdapat figur perempuan dewasa berambut rambut lurus panjang berwarna hitam dengan gaya rambut yang terikat sebagian, menggunakan pakaian berwarna hijau dengan celana jeans. Figur perempuan dewasa tersebut sedang duduk dengan pandangan mata yang mengarah pada buku dan mulutnya terbuka, terlihat giginya dan bibirnya terangkat. Figur perempuan dewasa tersebut duduk bersama figur perempuan kecil dengan rambut lurus panjang berwarna hitam dengan gaya rambut yang terikat satu dan menggunakan pakaian berwarna pink. Figur perempuan kecil tampak sedang duduk bersama figur perempuan dewasa dan pandangan mata tertuju pada buku.

**Makna:**

Dalam gambar ini terdapat adanya relasi antara perempuan dewasa dan anak kecil perempuan. Perempuan tersebut diasumsikan senang dalam menjalankan aktivitasnya yaitu membaca buku bersama dengan anak kecil perempuan. Membaca

buku bersama dengan bimbingan orang yang lebih dewasa lebih cenderung sebagai bentuk pengajaran. Gambar ini diidentikan dengan tugas dan tanggung jawab seorang perempuan dewasa (ibu) dalam hal mendidik anak. Selain itu pada gambar ini juga menunjukkan adanya kedekatan dan kebersamaan antara perempuan dewasa dengan anak perempuan,

### **Ideologi:**

Perempuan dewasa pada gambar ini tampak sedang menghabiskan waktu bersama dengan duduk dan membaca buku bersama dengan anak kecil perempuan. Perempuan dewasa (ibu) erat kaitannya dengan anak, baik anak perempuan maupun anak laki-laki karena perempuan yang telah mengurus anak sejak ia masih bayi, perempuan dewasa (ibu) juga sering menghabiskan waktu dan beraktivitas bersama dengan anaknya sehingga memunculkan adanya suatu emosi, batin dan kedekatan.

Perempuan dewasa dan anak kecil perempuan pada gambar ini sedang melakukan aktivitas atau kegiatannya di teras rumah yang merupakan ruang domestik. Ruang domestik menurut Widyatama (2006:100) adalah semua ruangan yang ada di dalam rumah sebuah keluarga sampai dengan halaman rumah yang berbatasan dengan jalan umum. Ruang domestik ini diidentikkan dengan 'wilayah' perempuan, tempat perempuan melakukan peran, aktivitas atau kegiatannya. Dalam ruang domestik ini, perempuan dewasa (ibu) dikonstruksikan berperan dalam pekerjaan rumah tangga yaitu mendidik dan mengajar anak seperti pada gambar ini.



**Gambar 5. Potongan adegan iklan 5**

### **Deskripsi:**

Pada gambar ini terdapat figur perempuan dewasa dengan rambut lurus, panjang berwarna hitam dengan gaya rambut terurai, menggunakan pakaian berlempang panjang berwarna cokelat muda dan celana panjang jeans 7/8. Figur perempuan dewasa tersebut tampak sedang memegang tangga dengan kedua tangan sambil melihat figur laki-laki yang berada di atas tangga bersamanya. Figur laki-laki kecil berambut pendek, lurus, hitam dan menggunakan pakaian

belengan panjang berwarna abu-abu dengan syal berwarna putih dengan celana. Figur laki-laki kecil sedang berdiri di atas tangga, mendongakkan kepalanya ke atas dan tatapan matanya mengarah pada wajah perempuan, figur laki-laki kecil juga membawa lampion dengan tangan kiri dan tangan kanannya memegang tangga.

### **Makna:**

Perempuan dewasa (ibu) kebanyakan beraktivitas bersama dengan anak-anak dan dapat dilihat pada gambar ini, yaitu perempuan dewasa yang sedang berdiri pada tangga bersama anak kecil laki-laki yang membawa lampion. Nampak aktivitas yang akan dikerjakan adalah memasang lampion.

Dari gambar ini diasumsikan bahwa perempuan tersebut bukan perempuan yang lemah tetapi perempuan yang berani terutama dalam hal naik ke tempat yang tinggi menggunakan tangga.

Tangga merupakan alat yang diidentikkan dengan tugas atau pekerjaan laki-laki dewasa dan digunakan oleh laki-laki karena adanya aktivitas tertentu. Alat yang biasanya diidentikkan dengan laki-laki tersebut pada gambar ini digunakan oleh perempuan dewasa dan seorang anak laki-laki yang juga berada pada tangga. Perempuan yang sedang naik tangga dapat diasumsikan ingin naik ke tingkatan yang lebih tinggi dan ingin meraih sesuatu.

### **Ideologi:**

Aktivitas atau kegiatan yang dilakukan perempuan dewasa dan anak kecil laki-laki pada gambar adalah sedang naik tangga untuk memasang lampion. Umumnya, tangga sangat identik dengan tugas atau pekerjaan laki-laki dewasa dan tangga digunakan oleh laki-laki karena adanya aktivitas atau pekerjaan tertentu seperti memasang lampu, memperbaiki genteng yang bocor dan sebagainya. Namun, pada gambar ini perempuan melakukan aktivitas yang identik dengan pekerjaan laki-laki yaitu naik tangga dan memasang lampion. Perempuan pada gambar ini dikonstruksikan sebagai pelaku pekerjaan laki-laki.

Anak laki-laki yang juga naik tangga diasumsikan bahwa anak laki-laki tersebut dididik dari kecil mengikuti konstruksi sosial bahwa laki-laki dituntut harus berani dan menjadi seorang laki-laki sebagaimana masyarakat mengkonstruksikannya.



**Gambar 6. Potongan adegan iklan 6**

#### Deskripsi:

Pada gambar ini tampak adanya figur perempuan dewasa berambut hitam terurai dengan menggunakan pakaian berwarna coklat muda, memakai *syal* berwarna putih bermotif yang berada di leher dan memakai celana *jeans*. Figur perempuan dewasa tersebut sedang membawa nampan panjang dengan tangan kanannya dan membawa piring dengan tangan kirinya. Mulut dari figur perempuan dewasa tersebut terbuka, terlihat giginya dan bibirnya terangkat.

#### Makna:

Pada gambar terlihat perempuan berpenampilan casual, tampil cantik yang sedang berjalan dengan membawa nampan yang berisi makanan dengan kedua tangannya seperti berjalan untuk menyediakan atau menghadirkan makanan. Suasana yang terdapat pada gambar adalah sore menjelang malam yang diasumsikan perempuan menyediakan makanan untuk makan malam.

Menyediakan makanan serta menghadirkan makanan umumnya adalah tugas seorang perempuan karena merupakan bagian dari melayani keluarga.

Dalam gambar ini terdapat ketidakwajaran dalam hal cara perempuan membawa makanan karena perempuan membawa beberapa makanan yang banyak dan secara bersamaan dengan kedua tangan. Hal ini erat kaitannya dengan pramusaji pada tempat makan atau restoran, yang bisa dikatakan sebagai pelayan. Pramusaji sendiri adalah orang yang berhubungan langsung dengan tamu tempat makan atau restoran yang tugasnya melayani dan menyajikan makanan atau minuman yang dipesan sesuai dengan permintaan tamu di tempat makan atau restoran.

Dari penampilan perempuan tersebut tidak mencerminkan bahwa ia adalah seorang pelayan. Meski erat kaitannya dengan seorang pramusaji atau pelayan, nampak perempuan tersebut senang dan nampak terbiasa dalam melakukan hal tersebut dan tidak ada perasaan khawatir ataupun takut jatuh saat membawa makanan.

#### Ideologi:

Dari penampilan perempuan dapat diasumsikan bahwa perempuan tersebut berada pada strata ekonomi tingkat menengah ke atas yang identik sebagai seorang yang seharusnya dilayani. Tetapi perempuan dengan caranya membawa makanan menunjukkan bahwa perempuan berada pada strata ekonomi bawah yang identik sebagai seorang pelayan atau orang yang melayani.

Perempuan yang sedang membawa nampan untuk menyediakan atau mempersiapkan makanan pada iklan dapat diasumsikan perempuan mengetahui peletakan dan berhubungan dengan masalah dapur atau keperluan dapur.

Perempuan yang tampak senang, nampak terbiasa dan tidak ada perasaan khawatir ataupun takut jatuh saat membawa makanan dengan kedua tangannya tersebut menunjukkan bahwa perempuan tersebut sudah terbiasa melakukannya atau merupakan rutinitas pekerjaannya. Selain itu, perempuan yang tampak senang dalam membawa makanan sesuai dengan pandangan masyarakat bahwa tugas perempuan adalah melayani dengan senang.



**Gambar 7. Potongan adegan iklan 7**

#### Deskripsi:

Pada gambar ini tampak adanya figur perempuan dewasa berambut hitam terurai dengan menggunakan pakaian yang berlempang panjang berwarna coklat muda, memakai *syal* berwarna putih bermotif yang berada di leher dan tampak membawa kipas di tangan kanannya dan menggoyangkan kipas tersebut. Pada tangan kirinya, tampak memegang pegangan daging di tangan kirinya. Perempuan dewasa tersebut sedang menatap panggungannya dengan bibir yang terangkat sedikit.

Selain itu, pada gambar ini terdapat figur laki-laki dewasa berambut hitam pendek dengan menggunakan kemeja yang dirangkap dengan pakaian berlempang panjang berwarna hitam. Figur

laki-laki dewasa tampak sedang memegang kuas dengan tangan kanan dan tangan kirinya terangkat dekat dengan pegangan daging, tidak membawa apapun dan matanya sedang menatap figur perempuan dewasa.

#### **Makna:**

Pada gambar ini terlihat adanya suasana *barbeque* yang berada pada ruang yang terbuka. Alat yang digunakan untuk *barbeque* sudah modern yaitu menggunakan alat gas dan bukan memakai arang dan kayu.

Pada gambar ini terdapat suatu pembagian aktivitas antara perempuan dan laki-laki yaitu perempuan dewasa yang mengipas arang agar api tetap menyala dan membolak balik panggangan, sedangkan laki-laki yang memberi bumbu atau mengoles bumbu pada daging. Kontras dengan realita bahwa tugas laki-laki pada saat *barbeque* adalah mengipas arang untuk menjaga api tetap menyala dan perempuan yang mengoles bumbu pada daging karena mengipas sendiri membutuhkan tenaga dan kekuatan.

Pada masyarakat di Indonesia, mengipas dalam kaitannya dengan makanan biasanya juga identik dengan laki-laki contohnya pada penjual sate dan koki yang ada di restoran yang mengipas, yang biasanya adalah laki-laki

#### **Ideologi:**

Dalam masyarakat patriarki, pekerjaan dalam hal membuat makanan merupakan pekerjaan yang dikonstruksikan untuk perempuan dan perempuan dituntut untuk melakukan pekerjaan tersebut (dari istilah *dapur* dan *masak*). Pada gambar ini tidak hanya perempuan saja yang membuat makanan, tetapi juga ada peran dari laki-laki dalam membuat makanan. Hal tersebut menunjukkan adanya pergeseran dalam pembagian kerja antara perempuan dan laki-laki.

Dulunya peran perempuan adalah memasak, tetapi dalam *barbeque* ini, laki-laki turut terjun dalam urusan dapur yang identik dengan perempuan. Perempuan dan laki-laki saling berkolaborasi dalam hal membuat makanan. Perempuan dengan kepiawaian yang dimilikinya terlihat terampil terutama dalam hal teknik membakar makanan yaitu mengkombinasikan antara mengipas arang untuk menjaga api tetap menyala dan membolak-balik panggangan untuk mendapatkan kematangan yang pas sedangkan laki-laki yang mengoles bumbu hanya berperan membantu dalam pekerjaan perempuan dalam rumah tangga yaitu memasak.



**Gambar 8. Potongan adegan iklan 8**

#### **Deskripsi:**

Pada gambar ini terdapat figur perempuan dewasa berambut hitam dengan gaya rambut yang terikat satu ke belakang dengan menggunakan kaos berwarna kuning dan celana panjang berwarna cokelat muda yang tampak sedang berdiri di depan gawang berwarna putih. Figur perempuan dewasa pada gambar yang pertama terlihat sedang menendang bola sedangkan pada gambar yang kedua sedang loncat dan pandangan mata yang melihat kepada anak kecil laki-laki.

Di dalam gambar ini juga terdapat figur laki-laki dewasa berambut hitam pendek berbaju hitam dan celana pendek cokelat muda. Pada gambar yang pertama, figur laki-laki dewasa sedang setengah berdiri di depan gawang dengan wajah yang menoleh ke arah samping dan kedua tangannya yang terangkat di depan wajahnya.

#### **Makna:**

Pada gambar ini aktivitas atau kegiatan yang sedang dilakukan oleh perempuan adalah menjadi pemain dan bermain sepak bola bersama dengan laki-laki di lapangan.

Perkembangan sepakbola perempuan juga terjadi di Indonesia. Di Indonesia terdapat pemain sepak bola perempuan yang berada dalam Persatuan Sepakbola Seluruh Indonesia (PSSI) salah satunya adalah Buana Putri. Meskipun begitu, sepakbola perempuan di Indonesia memiliki banyak hambatan dan tidak diberi respon yang baik seperti sepak bola laki-laki dari segi materiil maupun non-materiil. Dari hambatan segi materiil tidak adanya sponsor, sedangkan untuk melakukan kegiatan atau program sepak bola perempuan membutuhkan biaya yang besar. Sedangkan dari segi non-materiil, tidak adanya dukungan motivasi dan moralitas dari masyarakat yang dapat menyemangati kegiatan atau program sepakbola perempuan. Banyak masyarakat yang beranggapan bahwa sepak bola perempuan merupakan hal yang tidak sesuai dengan kodrat perempuan (Megantar, 2010: par 12).

Perempuan dan anak kecil laki-laki menggunakan pakaian yang sama yaitu berwarna kuning sedangkan dua laki-laki dewasa memakai pakaian berwarna gelap (hitam dan abu-abu) hal ini menunjukkan adanya kesamaan tim. Warna kuning pada pakaian perempuan dan anak kecil laki-laki pada gambar ini menjadi warna yang tampak paling menonjol dan membuat fokus tertuju pada perempuan dan anak kecil laki-laki.

Permainan sepakbola sendiri biasanya dimainkan oleh sesama laki-laki ataupun sesama perempuan, tetapi pada gambar ini tampak bahwa perempuan bermain bersama laki-laki. Dapat diasumsikan apabila permainan olahraga ini hanyalah permainan internal yaitu dalam lingkungan keluarga saja untuk bersenang-senang.

Fokus dari gambar ini adalah pada interaksi antara laki-laki dan perempuan. Pada gambar yang pertama, perempuan sedang menendang bola ke gawang dan penjaga gawangnya adalah laki-laki dewasa. Biasanya, seorang perempuan (ibu) hanya melihat atau mengawasi anak bermain di tepi lapangan ataupun melihat orang bermain sepak bola dari kejauhan, tetapi pada gambar ini perempuan berada di tengah laki-laki dan dapat menendang bola ke gawang dan mencetak gol dengan percaya diri diasumsikan bahwa perempuan menunjukan bahwa ia mampu untuk meraih atau mendapatkan sesuatu dan menunjukkannya dengan berani, percaya diri dan berani. Sedangkan laki-laki dewasa pada gambar yang pertama berpaling dan menutupi wajahnya sedangkan gambar yang kedua jatuh dan tersungkur di tanah dapat diasumsikan bahwa ia takut terkena bola dan tidak dapat melakukan sesuatu.

Gambar ini dapat diasumsikan bahwa perempuan mendominasi dan menguasai pada ruang wilayah ini padahal aktivitas atau kegiatan yang sedang dilakukan dan juga ruang wilayahnya cenderung identik dengan laki-laki dan semestinya laki-laki yang mendominasi dan menguasai pada ruang wilayah ini.

### **Ideologi:**

Di Indonesia, masyarakat belum sepenuhnya menerima apabila perempuan bermain sepak bola karena masyarakat masih menganggap bahwa permainan sepakbola identik dengan laki-laki dan tidak pantas untuk perempuan.

Perempuan yang bermain sepak bola pada gambar ini menunjukan bahwa perempuan dituntut untuk modern dan sesuai dengan konsep-konsep barat yang dimana perempuan mempunyai kebebasan dalam berekspresi. Selain itu, karena laki-laki menyukai sepak bola, perempuan juga dituntut untuk menyukai sepak bola yang disenangi oleh laki-laki. Perempuan

yang sukses dalam mencetak gol tersebut, menunjukan bahwa ia mampu bermain sepak bola, mengajar dan memberi contoh pada anak dalam kaitannya dengan pendidikan olahraga. Hal tersebut menyenangkan hati suami karena menjalankan perannya sebagai ibu dengan baik.

### **Analisis Narasi:**

Peneliti hanya meneliti tentang kalimat dari narator laki-laki saja karena signifikan dengan fokus penelitian. Narator laki-laki mengatakan pandangan pribadinya tentang perempuan sedangkan narator perempuan lebih menekankan pada produk Dancow *Calcium Plus*.

### **Narasi:**

*“sekarang, wanita bisa jadi lebih dari wanita, kadang jadi guru, jadi manager, chef? Bisa”*  
*“jadi atlet oke juga. Kekuatannya anugerah buat kami.”*

### **Makna:**

Kalimat yang diucapkan oleh laki-laki merupakan pandangan laki-laki terhadap perempuan. Narator laki-laki pada iklan menggunakan kata wanita dan bukanlah kata perempuan. Perempuan dan wanita mempunyai arti yang berbeda. Menurut Fitrianiingsih (Margana, 2010:87) kata perempuan berasal dari *empu*, yang bermakna dihargai, dipertuan atau dihormati, sedangkan kata wanita diyakini dari bahasa sansekerta, dengan kata dasar *wan* yang berarti nafsu, sehingga kata wanita mempunyai arti yang dinafsui atau objek seks, dalam bahasa Jawa (Jawa Dorsok), kata wanita berarti *wani ditata*.

Laki-laki yang menjadi narator dalam iklan televisi Dancow *Calcium Plus* diasumsikan sebagai representasi posisi pihak *mainstream* dalam konteks masyarakat patriarkat. Laki-laki tersebut memandang perempuan sebagai objek berdasarkan penggunaan kata ‘wanita’ yang berarti *wani ditata*.

Di dalam iklan televisi Dancow *Calcium Plus* terdapat ketidaksamaan antara narasi dan visual dalam pandangan masyarakat pada umumnya. Ketidaksamaan ini dapat diperhatikan dari kalimat yang diucapkan oleh narator laki-laki yang mengatakan atau mengungkapkan pandangannya terhadap perempuan yaitu “kadang jadi guru, jadi *manager, chef?* Bisa” dan “Jadi atlet oke juga”. Narator laki-laki tersebut mengungkapkan berbagai profesi atau pekerjaan seperti guru, *manager, chef* dan atlet. Sedangkan visual yang ditampilkan bukanlah seperti visual yang dipersepsikan orang kebanyakan yang seperti guru yang berada di sekolah, *manager* yang berada di kantor atau sebuah perusahaan, *chef* yang bekerja di tempat makan dan

atlet yang bertanding dengan atlet lainnya dalam suatu pertandingan olahraga dalam kejuaraan yang merupakan ruang lingkup publik.

Apabila dilihat lagi dari narasi dan secara visual, laki-laki tampak berlebihan dalam menjabarkan tentang pekerjaan atau aktivitas perempuan tersebut karena visual yang digambarkan masih pada ruang lingkup rumah tangga. Hal ini menunjukkan ketidakkonsistenan antara narasi dan visual, adanya keragu-raguan dalam penggambaran perempuan pada iklan.

Kalimat yang diucapkan oleh laki-laki dapat diasumsikan bahwa laki-laki menilai bahwa dulunya, perempuan hanya dapat melakukan pekerjaan atau aktivitas yang berhubungan dengan rumah tangga saja. Wilayah ruang lingkup perempuan juga berada di rumah tangga saja. Tetapi perempuan sekarang dapat bekerja di ruang seperti guru, *chef*, *manager* dan atlet.

#### **Ideologi:**

Kalimat yang diucapkan oleh narator laki-laki dalam iklan menunjukkan adanya reaksi laki-laki berupa pandangan atau penilaian tentang perempuan serta bagaimana perilaku perempuan yang diharapkan oleh laki-laki. Laki-laki menyadari bahwa terjadi suatu pergeseran antara perempuan pada masa yang tradisional dan masa kini meskipun dalam keduanya perempuan sama-sama menjadi objek. Perempuan tradisional identik dengan pekerjaan rumah tangga, namun perempuan yang sekarang dapat melakukan pekerjaan apa saja, yang disukainya baik yang biasanya dilakukan oleh perempuan maupun laki-laki termasuk pekerjaan yang dilekatkan pada perempuan oleh laki-laki diluar hal-hal yang bersifat tradisi.

Dalam penelitian representasi perempuan pada iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman* ini, peneliti menganalisis menggunakan semiotika dengan kode televisi John Fiske berdasarkan *capture* gambar yang signifikan dengan fokus penelitian yaitu yang berkaitan dengan relasi *gender* dan membagi sebanyak 8 bagian analisis. Selain itu peneliti juga meneliti narasi dari iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman*.

Dari hasil temuan dan analisis data dengan menggunakan metode penelitian semiotika dengan kode televisi John Fiske, ditemukan bahwa dari berbagai visualisasi pada iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman* dapat diasumsikan bahwa adanya pesan yang tersembunyi dalam iklan televisi ini. Pada iklan televisi ini menunjukkan adanya perempuan masa kini yang dimana perempuan tidak kalah dengan laki-laki dan mampu melakukan berbagai macam pekerjaan atau aktivitas baik yang biasanya diidentikan dengan

pekerjaan perempuan maupun laki-laki. Namun peran atau pembagian kerja tersebut tetap terkait dengan peran perempuan pada masyarakat patriarkat yaitu menjadi ibu rumah tangga dengan mengurus pekerjaan rumah tangga, melayani suami serta anak-anaknya, mengurus anak, mendidik anak dan patuh pada suami.

Dapat disimpulkan bahwa representasi perempuan pada iklan ini cenderung memvisualkan bias *gender* ala budaya kontemporer yaitu konstruksi sosial yang mendudukan perempuan dalam sosok tradisional di dalam budaya kontemporer atau masa kini dan terdapat adanya pencampuran ideologi-ideologi tradisional dan modern pada masyarakat patriarkat. Perempuan ‘tidak sadar’ bahwa telah dimanfaatkan sedemikian rupa oleh laki-laki karena perempuan menyadari bahwa hal tersebut merupakan peran perempuan sesuai dengan konstruksi masyarakat patriarkat yang sudah tertanam dalam benak perempuan dan merupakan peran yang patut untuk dipertahankan.

#### **Kesimpulan**

Dalam penelitian representasi perempuan pada iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman* ini, peneliti menganalisis menggunakan semiotika dengan kode televisi John Fiske berdasarkan *capture* gambar yang signifikan dengan fokus penelitian yaitu yang berkaitan dengan relasi *gender* dan membagi sebanyak 8 bagian analisis. Selain itu peneliti juga meneliti narasi dari iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman*.

Dari hasil temuan dan analisis data dengan menggunakan metode penelitian semiotika dengan kode televisi John Fiske, ditemukan bahwa dari berbagai visualisasi pada iklan televisi Dancow *Calcium Plus Versi More Than A Woman* dapat diasumsikan bahwa adanya pesan yang tersembunyi dalam iklan televisi ini.

Pada iklan televisi ini menunjukkan adanya perempuan masa kini yang dimana perempuan tidak kalah dengan laki-laki dan mampu melakukan berbagai macam pekerjaan atau aktivitas baik yang biasanya diidentikan dengan pekerjaan perempuan maupun laki-laki. Namun peran atau pembagian kerja tersebut tetap terkait dengan peran perempuan pada masyarakat patriarkat yaitu menjadi ibu rumah tangga dengan mengurus pekerjaan rumah tangga, melayani suami serta anak-anaknya, mengurus anak, mendidik anak dan patuh pada suami. Dapat disimpulkan bahwa representasi perempuan pada iklan ini cenderung memvisualkan bias *gender* modern yaitu konstruksi sosial yang mendudukan perempuan dalam sosok tradisional di dalam budaya modern dan terdapat adanya pencampuran ideologi-ideologi tradisional dan

modern pada masyarakat patriarkat. Perempuan ‘tidak sadar’ bahwa telah dimanfaatkan sedemikian rupa oleh laki-laki karena perempuan menyadari bahwa hal tersebut merupakan peran perempuan sesuai dengan konstruksi masyarakat patriarkat yang sudah tertanam dalam benak perempuan dan merupakan peran yang patut untuk dipertahankan.

### **Daftar Pustaka**

Fiske, John. (1987). *Television Culture*. London : Routhledge.

Gardiner *et al.* (1996). *Perempuan Indonesia: Dulu dan Kini*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Margana, Sri & M. Nursam. (2010). *Kota-Kota di Jawa: Identitas, Gaya Hidup dan Permasalahan Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

Megantar, Aditya. (2010). *Perkembangan Sepak Bola Wanita*. Diunduh 15 Mei 2013 dari <<http://www.kaskus.co.id/post/50892d761ed7194b5b000009>>

Widyatama, Rendra. (2006). *Bias Gender dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo.