

## Sosok perempuan dalam iklan kategori produk pembersih rumah tangga dilihat dari perspektif gender = The figure of women in household cleaning products category advertisement seen from gender perspective

Zaken Azizi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368917&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Iklan merupakan salah satu hal yang biasa dikonsumsi masyarakat pada media masa. Sosok perempuan kerap ditampilkan di dalam iklan selama ini. Representasi perempuan dalam iklan masih sering menggunakan stereotip-stereotip mengenai perempuan yang telah mengakar dalam masyarakat. Stereotip inilah yang menjadi isi dalam iklan, padahal stereotip tersebut berlawanan dengan realitas kehidupan perempuan yang sudah mengalami banyak perubahan positif. Hal tersebut menimbulkan adanya misrepresentasi perempuan pada masyarakat di kehidupan nyata.

Jurnal ini bermaksud untuk menemukan bagaimana representasi perempuan di dalam iklan tv dari suatu produk yang diposisikan untuk perempuan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, terbukti bahwa masih ada beberapa iklan yang menggunakan stereotip-stereotip negatif terhadap perempuan. Hal tersebut bisa dibuktikan bahwa beberapa iklan masih menampilkan perempuan sebagai sosok yang tidak lebih penting dibandingkan dengan laki-laki, perempuan yang hanya mengurus urusan rumah tangga, atau bahkan perempuan yang hanya berperan sebagai penghias dalam iklan. Ketimpangan gender masih sangat terlihat dalam beberapa iklan.

<hr>

Advertisement is kind of thing that commonly consumed by people in the media. Female figures often appear in the ad as a talent. Representation of women in advertisements mostly still use stereotypes about women which deeply rooted in society. The stereotype become the content of the ad, whereas the stereotype is opposite with the reality of the woman lives who had a lot of positive changes. This mistakes made misrepresentation of women in real life.

This study intends to find out how the representation of women in the tv ad for a product that is positioned for women. Based on the research conducted, it is evident that there are still some ads that use negative stereotypes of women. It can be proved that some ads still show woman as someone who is not more important than men, women are just taking care of household affairs, or even women who only act as an ornamental in the ad. Gender misrepresentation is still very visible in some ads.