

Representasi Pasangan Lesbian pada Tiga Iklan Komersial Belanda di Tahun 2018 = Representation of Lesbian Couple on Three Dutch Commercials in 2018

Meuthia Adira Fitrilia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20522770&lokasi=lokal>

Abstrak

Realitanya, manusia merupakan sebuah insan yang memiliki keragaman dalam diri. Keragaman ini menimbulkan adanya bentuk interaksi sehingga menciptakan sebuah peristiwa atau isu di dalam kehidupan sosial. Salah satunya adalah munculnya komunitas LGBT (Lesbian, Gay, Biseksual, dan Transeksual) yang telah legal di Belanda. Pelegalan ini menimbulkan kebebasan dalam setiap aspek kehidupan masyarakat, salah satunya adalah dalam bidang periklanan. Penelitian ini akan mengkaji lebih spesifik tentang pasangan lesbian yang ditampilkan dalam sebuah tayangan iklan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pasangan lesbian di Belanda direpresentasikan dalam iklan komersial. Penelitian ini akan menggunakan analisis semiotika John Fiske dengan teori codes of television yang dibagi menjadi tiga tingkatan yakni level realitas, level representasi dan level ideologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasangan lesbian di Belanda dapat direpresentasi melalui bentuk tingkatan interaksi yang tercipta. Selain itu, terdapat pula bentuk 'gender role' yang terlihat pada masing-masing individu perempuan yakni maskulinitas serta feminitas.

.....In reality, humans are human beings who have diversity within themselves. This diversity gives forms of events or issues in society, one of which is the appearance of LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual, and Transsexual) that are legalized in the Netherlands. This legalization creates freedom in every aspect of people's lives, one of which is in the field of advertising. This research will examine more specifically about lesbian couples who are featured in an advertisement. The purpose of this research was to find out how lesbian couples in the Netherlands are represented in commercial advertisements. This research will use John Fiske's semiotic analysis with the theory of codes of television, divided into three levels: the level of reality, the level of representation and the level of ideology. The results showed that lesbian couples in the Netherlands can be represented from the level of interaction that created. Furthermore, this research also found a form of gender roles in each woman figure called masculinity and femininity.