

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Ira Amertha Persiana (20090530117)**

**Representasi Identitas Perempuan dalam Iklan Deterjen Tahun 1990-an dan 2000-an**

**Tahun Skripsi: 2015 + 97 hal + 4 hal. Tabel + 16 hal. Gambar**

**Daftar Kepustakaan: 45 buku + 9 jurnal + 1 materi presentasi + 2 sumber online.**

Studi ini berusaha menganalisis iklan deterjen pada tahun 1990-an dan 2000-an tentang identitas perempuan dalam masing-masing subscene yang telah dibuat. Peneliti merasa tertarik pada penelitian identitas perempuan dalam iklan karena perempuan selalu menjadi objek yang terdiskriminasi dalam iklan produk – produk rumah tangga, kecantikan, dan lain – lain.

Peneliti memilih beberapa sampel iklan deterjen sebagai objek penelitiannya karena dirasa iklan tersebut sesuai dengan indikator representasi identitas pada perempuan pada tahun 1990-an dan 2000-an. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana representasi identitas perempuan pada tahun 1990-an dan 2000-an yang ada dalam iklan deterjen, serta mengkaji identitas perempuan dalam suatu masyarakat melalui tanda – tanda dan makna yang ditampilkan dalam beberapa iklan tersebut. Metodologi yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk meneliti representasi identitas perempuan dalam iklan deterjen tahun 1990-an dan 2000-an.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa identitas perempuan tahun 1990an dan 2000an adalah perempuan tetap didiskriminasi namun dalam representasi yang berbeda. Dengan mitos yang berkembang media memperkuat dengan cara mengkonstruksi perempuan sebagai “*konco wingking*” yang berarti perempuan hanya dihadapkan dalam tiga hal saja yaitu dapur, sumur, kasur. Sehingga, representasi identitas perempuan menjadi sebuah kajian yang penting ketika media mengkonstruksi perempuan sebagai makhluk yang terdiskriminasi yang diperkuat dengan perempuan sebagai objek dalam sebuah iklan, film, lagu, dan lain – lain.

**Kata kunci : Representasi, Identitas Perempuan, Iklan**

## *ABSTRAC*

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Social and Politic Science Faculty**

**Communication Department**

**Advertising Program**

**Ira Amertha Persiana (20090530117)**

**Identity Representation of Woman in Advertising Detergent in the 1990's and 2000's**

**Year of Research: 2015 + 97 page + 4 Table + 16 Picture**

**References: 45 Books + 9 Jurnal + 1 Presentation + 2 Online Source.**

*This research to analyze ad detergent in the 1990's and 2000's about the identity of women in each subscene that have been made. Researcher were interested in the study of female identity in advertising because women have always been the object of discrimination in advertising products - household products, beauty, and others - others.*

*Researcher chose some detergent ad sample as the object of this research because it deemed them according to indicators of identity representation of women in the 1990's and 2000's. The purpose of this study was to determine how the identity representation of women in the 1990's and 2000's contained in detergent advertisements, as well as assessing the identity of women in society through signs - signs and meanings which appear in some of these ads. The methodology used is qualitative using Roland Barthes semiotic analysis to examine the identity representation of women in advertising detergent in the 1990's and 2000's.*

*The results showed that female identity in the 1990's and 2000's were women remain discriminated, but in a different representation. With the media reinforce the myth that developed a way to construct women as "konco wingking" which means women only exposed in domestic area such as just at kitchen, well, the mattress. Thus, the representations of female identity becomes an important study as a media construct women as discriminated reinforced with women as objects in an advertisement, movie, song, and others.*

**Key word : Representation, Identity, Women, Advertising**