

INTERVIEW GUIDE

A. Profil Informan

1. Nama Lengkap :
2. Tempat, Tanggal Lahir :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :
5. Daerah Asal :
6. Riwayat Pendidikan
 - SD :
 - SMP :
 - SMA :
 - Perguruan Tinggi :

B. Daftar Pertanyaan

- **Pertanyaan wawancara**

1. Apakah konsep gender yang anda pahami?
2. Menurut anda, apakah perlu laki-laki berperan di ranah domestik? Mengapa?
3. Menurut anda, bagaimanakah seharusnya pembagian kerja dalam sebuah keluarga? (Suami dan Istri)
4. Apakah dalam keluarga anda seorang laki-laki (Ayah/Anak laki-laki) melakukan pekerjaan domestik?
5. Seberapa pentingnya pembagian peran tersebut? Atau seberapa pentingnya laki-laki yang mengerjakan pekerjaan domestik?
6. Apakah anda senang melihat iklan?
7. Apakah iklan yang menjadi faforit anda? Mengapa?
8. Jenis iklan apa yang anda sukai? *hard selling* atau *soft selling*? Mengapa?
9. Selain pada Iklan Kecap ABC versi Super Bunda dan Suami Sejati, dimanakah anda menemukan tayangan yang menampilkan sosok laki-laki yang berperan di ranah domestik?

- **Pertanyaan FGD**

1. Menurut kalian, apa yang sebenarnya ingin disampaikan dalam Iklan Kecap ABC?
2. Bagaimana tanggapan kalian teradap pernyataan “Jika kamu bisa kerja, aku juga harusnya bisa masak” dalam iklan Kecap ABC?
3. Bagaimana tanggapan kalian tentang penggambaran laki-laki yang bekerja di ranah domestik atau dalam iklan digambarkan dengan memasak ?
4. Bagaimana pendapat kalian tentang keseluruhan iklan ini?

Lampiran II

TRANSKIP WAWANCARA ANGGOTA ORGANISASI NASYIATUL 'AISYIYAH

1. Tanya : Menurut kalian, apa yang sebenarnya ingin disampaikan dalam Iklan Kecap ABC versi Super Bunda dan Suami Sejati ini?

Jawab :

(Hafiz) Yaa yang jelas marketing juga. Tapi ya liat pesan-pesan juga sih. Pesan-pesannya juga biar laki-laki itu bisa masak, bisa membantu pekerjaan domestik perempuan.

(Dani) Kalo aku sama sih. Mungkin itu sebenarnya trik marketing, tapi membawa pesan khusus hahaha gitu. Jadi itu juga supaya, biar apa yaa lebih diperhatikan. Apalagi sekarang lagi era emmm ya banyak laki-laki yang sudah mulai kesadarann untuk nimbrung di urusan domestik. Jadi yaitu, untuk mendukung itu.

(Dede) Ya kalo menurutku jelas marketing ya, tapi kan berarti mereka tau pasarnya tuh memang emak-emang. Sedangkan sekarang kita tau sendiri ya, jangankan orang jualan produk gitu, sekarang mau dapat suara di pemilihan mereka udah bikin kelompok khusus emak-emak nih. Jadi mungkin Kecap ABC ini akhirnya tau kalau iklan kecap buat masak kan udah biasa, jadi mereka apa ya yang paling menyentuh biar emak-emak tuh ngerasa di dukung. Akhirnya kemudian dibikinlah iklan yang modelnya kaya begini.

(Milan/ Yanu) Marketing juga kalau saya. Tapi mungkin lebih ke penguatan produknya, kalau produk kecap ABC itu mudah digunakan bahkan oleh laki-laki yang tidak pernah memasaknya bisa menggunakannya. Saya anak marketing soalnya hahaha maaf yaa

2. Tanya : Bagaimana tanggapan kalian terhadap pernyataan “Jika kamu bisa kerja, aku juga harusnya bisa masak” yang ada di Iklan Kecap ABC versi Super Bunda dan Suami Sejati?

Jawab:

(Hafiz) Yaa harusnya gitu. Kalau perempuan bisa kerja ya laki-laki bisa masak lah.

(Dede) Jadi ini kan komunikasi ya terjadi di pernikahan ya

(Hafiz) Iyaa, O yang belum nikah gabisa ya? Hahaha. Ya kalau suami saya kan ya bisa kerja bisa masak sih. Saya yang gak bisa masak hahahaha. Ya mungkin itu memang, semuanya itu sama. Laki-laki bisa kerja, perempuan juga bisa. Perempuan bisa masak laki-laki juga bisa

dong. Mencuci juga bisa, kan semua bisa dilakukan Karna kan sebenarnya laki-laki dan perempuan itu bisa melakukan semuanya, kecuali melahirkan dan mengandung lalu menyusui yaa itu doang kan yang membedakan. Sama membuahi dan dibuahi. Nah bedanya itu doang hahaha

(Dani) Kalau saya seperti yang saya katakan tadi, ada pekerjaan yang biasanya dilakukan perempuan tapi kan bisa juga dilakukan oleh laki-laki. Dan kalo saya menangkap dari iklan itu, ya memang sudah apa yaa, tidak salah juga kalau laki-laki bisa masak gitu. Setidaknya kan untuk memenuhi kebutuhan dia sendiri lah gitu. Yaa misalnya dirumah gak ada siapa-siapa. Misalnya nggak ada istrinya atau nggak ada ibunya terus dia lapar? misalnya kalau dia tidak beli kan setidaknya bisa masak mie lah, atau bisa masak nasi. Yang minimal-minimal gitu aja untuk memenuhi kebutuhannya aja gitu

(Milan) Dari segi marketing hahahaha. Kalau saya kok melihatnya, kok suaminya malu sama anaknya. Kok beda ya saya hahaha

(Dede) Ooo pemicunya yaa

(Milan) Iya pemicunya gitu lah. Anaknya kan memicu tuh, saya kan merhatiin kaya gitu-kaya gitu hahaha. Kalau saya ngeliatnya kaya gitu memang. Kaya anaknya kan dari awal sudah memicu, super mom. Emang hebatnya super mom apa? Bisa ini bisa itu gitu, Terus, ibukan habis ngantor masi bisa masak. Kalau ayah kan cuma ngantor doang gituu. Nah mungkin salah satunya mungkin dia agak tersuntik dengan anaknya itu. Oh iya yaa,aa

(Hafiz) Harga diri seorang laki-laki

(Milan) Iya, harga diri seorang laki-laki mungkin yaa. Kok sampe anak saya kaya gini. Gitu yaa, yang kedua ya mungkin pesan terselubung itu

(Dede) Kalau aku pesannya apa yaa, cuman ya mungkin itu tadi yaa. Persoalan marketing, karna ini kecap jadi masak. Maksudnya harapannya kan direplika sama iklan lain. Kaya pembersih ruangan gitu, sabun pel, jadi laki-laki juga ngepel hahaha. Jadi ya pesannya ya anu ya, dia merasa mungkin dia langsung minta maaf gitu, gak memaknai apapun siya. Jadi karna saya sudah terlanjur lurus hahaha. Ya maksudnya kaya, ya emang harusnya gitu hahaha. Ya gak mbak Milan?

(Milan) itu saya malah mikirnya bapaknya nge gombal itu hahaha

(Dede) hahaha bener yakan gitu. Karna kita, ya itulah mungkin kenapa kita. Itu makanya kan nggak gimana-gimana. Karna itu sesuatu yang sudah seharusnya, jadi yaa apa ya. Yaa tidak istimewa yaa untuk kita. Tapi memang bisa diakui, itu dialog yang istimewa yaa, dan ditunggu oleh beberapa orang selama ini, api tidak pernah didapatkan. Baru ini ada gituu. Tapi saya juga nggak tau nih, jam berapa sebenarnya iklan-iklan ini muncul. Kalo keluarnya pas di sinetron

yang keluaranya yang digemari ibu-ibu, itu juga kayaknya nggak terlalu masuk gitu. Seharusnya...

(Hafiz) di tayangan sepak bolaa

(Dede) nah maksudku gitu. Aku tu kepikiran, seharusnya kecap ini jadi sponsor acara sepak bola. Jadi kan keluar gitu, kampanyenya masuk gitu. Tapi kalo misalkan kecap ini nggak sampe jadi sponsor sepak bola menurutku hanya pyur soal marketing, nggak sampai ke kampanye atau mendekonstruksi ulang. Iya kalau ini hanya beriklan di jam-jam sineron, itu menurutku full marketing, tapi kalau tayangannya muncul di sepak bola atau di tayangan² yang digemari cowok gituya, mereka emang punya misi. Kalau aku si gitu, tapi dialognya kuat sih.

3. Tanya : Bagaimana tanggapan kalian tentang penggambaran laki-laki yang berada di ranah domestik atau dalam Iklan Kecap ABC versi Super Bunda dan Suami Sejati ini digambarkan dengan memasak?

Jawab:

(Dede) Rumahnya yang gak tepat, iya kaan. Coba kalau rumahnya berantakan pasti suaminya pasti yang keluar marah-marah atau gimana

(Hafiz) Iyaa, ini gimana sih rumahnya kok berantakan begini begitu

(Milan) Ya karna iklan kecap itu, makanya langsung aja masak gausah pake marah marah rumah bersoh atau kotor. Nanti jadi iklan superpell. Kalau itu si kaya ini ya, mungkin dia susah ngabarinnnya. Kalau nggak kantoran mungkin agak susah digambarinnnya, kalau kantoran kan lebih gampang to. Dia kan punya jam kerja gitu, jadi mungkin itu akan lebih ngena untuk menggambarkan laki-laki yang kerja gitu atau sibuk di ranah publik. Lebih kuatnya perannya sebagai pekerja kantoran. Yaitu lagi-lagi itu marketing

(Hafiz) Beda kalau misalnya di pakenya buruh gitu. Kalau buruh kan mungkin pendidikannya nggak tinggi yaa, jadi pemaknaan seorang laki-laki juga beda kan. Kalau misalnya berpendidikan tinggi kan, dia punya *smartphone* yang dia bisa mengakses apa jaman sekarang tentang ayah hebat gitu misalnya atau semacamnya, kan pengaruh jugaa. Gitu mungkin menggambarkan pendidikan juga

(Dani) Itu si kalau laki-laki disitu mungkin itu untuk mewakili ajaya, mewakili kaum laki-laki yang bekerja, a tu punya urusan publik. Tapi diwakili dengann yaa seragam kantoran. Walaupun entah itu apa profesinya

(Dede) Yaitu ya mewakili pekerja kantoran, terus pendidikan tinggi, terus kalo menurutku dia itu laki-laki yang baik siya. Kalo nggak baik nggak mungkin mau bantuin. Tapi yaitu yang jelas tadi itu, settingannya bukan menggambarkan keluarga di Indonesia.

4. Tanya : Bagaimana pendapat kalian tentang keseluruhan iklan ini?

Jawab:

(Hafiz) Jujur aku suka banget sama alur ceritanya Iklan ABC ini sih. Penggambaran tokoh laki-laknya, terus penggambaran tokoh perempuannya. Suka si aku sama ide Iklan Kecap ABC ini. Karena memang menurutku untuk memberikan kesadaran ke masyarakat perlu apa ya, sesuatu yang masuk ke tivi untuk membantu mengkampanyekannya. Jadi susah kalau misalnya kita cuma ngasih tau ngasih tau aja. Sekarang apa-apa kan serba pake media ya, jadi adanya Iklan Kecap ABC ini sedikit banyak ya membantu lah ngasih pemahaman gitu ke orang-orang kalau emang laki-laki ya harus bisa berperan di ranah domestik. Laki-laki ya harus bisa juga ngurus rumah dan yang lain, apalagi ngurus anak.

(Milan) Kalo menurut saya ya, haha maaf kalau saya beda pandangan ya. Saya kok malah fokus ke itu ya anak kecilya. Jadi sebenarnya si ayahnya itu melakukan pekerjaan domestik kaya diiklan itu tuh karna gengsi. Kan si anak tuh ngasih tau pekerjaan ibunya tuh, udah ngantor eh masih masak gitu. Nah dari situ kan suaminya terus jadi bantu istrinya kan. Jadi dia tuh kaya gengsi aja gitu ngelakuin itu. Terus kan juga bisa dilihat, ending dari iklan itu. Ada kalimat, kecap ABC bisa bantu. Udah jelas kalau iklan ini sebenarnya mau bilang kalo mau masak gampang ya pake kecap ABC aja, masakan jadi enak. Orang yang nggak biasa masak aja pake kecap ABC jadi enak masakannya. Jadi embel-embel peran laki-laki di ranah domestik dengan contoh bisa masak itu menurut saya cuma buat marketing aja. Haha mungkin karna saya orang marketing ya, jadi saya kaya selektif gitu melihat iklan. Dan iklan ABC ini termasuk yang kurang rapi menata konsepnya. Gitu si kalo menurut saya, jadi bukan malah peran laki-laki yang melakukan pekerjaan domestik fokusnya bagi saya. Tapi orang yang gak bisa masak, pake ABC aja. Pasti masakannya jadi enak, gitu lah gambarannya.

(Dani) Kalo saya si sependapat gitu sama Mbak Hafiz. Ya memang pekerjaan wanita dan pria itu kan sama kan sebenarnya. Mau di ranah domestik atau publik, mereka sama-sama punya kesempatan di ranah publik juga punya kewajiban di ranah domestik. Bagus sih ini iklannya. Karna itu udah menggambarkan keduanya. Itu tokohnya kan udah menggambarkan sama-sama kerja di kantor kan ya dari pakaiannya yang ceritanya itu pakaian kantor. Artinya kan menunjukkan kalau tidak ada yang lebih dominan. Semuanya sama-sama bisa kerja. Terus yang

suaminya masak itu, itu kan juga gambarin kalau kerjaan domestik juga jadi tanggung jawab suami juga gitu.

(Dede) Kalo menurut aku sih ya, aku setuju aja kalo laki-laki emang udah seharusnya juga ikut berperan di ranah domestik gitu. Senang aku tu kalo ada iklan yang emang ngangkat topik-topik berbobot kaya gitu. Cuma yang aku sayangkan kenapa settingnya lokasinya begitu. Menurutku yang belum di *research* sama orang ABC nya tuh setting lokasinya. Kenapa nggak rumahnya dibikin rodok berangkatan. Kaya gitu kan kita mikirnya jadi 'ah rumahnya rapi gitu masa gak punya pembantu' jadi kurang natural gitu. Mungkin kalo setting rumahnya gak begitu, aku iklan ini banget lah ibaratnya, tapi sayangnya settinga begitu sih

TRANSKIP WAWANCARA ANGGOTA PAGUYUBAN PERUMAHAN GRIYA TAMAN ASRI RT 02 KASIHAN BANTUL

1. Tanya : Menurut kalian, apa yang sebenarnya ingin disampaikan dalam Iklan Kecap ABC versi Super Bunda dan Suami Sejati ini?

Jawab :

(Chusnul) Tanpa memilah itu kaliya, perempuan harus di dapur laki-laki harus di depan. Gitu menurut aku. Jadi udah nggak ada lagi tuh, ibu di dapur memasak bapak di dapur baca koran gitu udah nggak ada.

(Ridho) Sederhana sebenarnya, bahwa yaa antara suami dan istri harus sama-sama membantu, melengkapi. Yaa kalo memberatkan masak sebenarnya bisa beliya. Tapi ya namanya iklan kan. Ya namanya iklan juga dimana-mana menggambarkan dia berperan gitu, bahwa ya tanpa kecap abc juga sebenarnya gakpapa. Beli juga bisa. Namanya iklan juga seolah-olah bisa membantu segalanya, nggak harus ngulek, nggak harus membuat bumbu manual, yang penting cepet.

(Nahar) Ya perempuan atau laki-laki itu sama. Punya kewajiban yang sama. Punya kemampuan yang sama.

(Rania) Kalo diiklan itu yang tak lihat itu kan lagi marak-maraknya isu, naik-naiknya isu kesetaraan gender. Nah namanya iklan kan pinginnya biar isunya meresap di otak otak penontonnya kan ya. Jadi mungkin itu menggunakan isu tersebut buat bikin iklan itu. Jadi gimana ya, kalo aku ngeliatnya jadinya tuh jatuhnya menuntut seorang pria juga harus ikut masak lah, ikut apalah, yaa kalo gitu menurutku yaa enggak. Kurang sreg.

(Arif) Promosi, itu marketing semuanya. Dan ojrknnya aitu, mudahnya itu sebenarnya bukan perkara gender atau bahkan ke feminis. Itu lebih kepada praktiknya memasak dengan AABC. Jadi memasak dengan ABC. Jadi itu konsepnya *incase*. Di clearkan dengan bahwa cowok pulang kerja, cowok tidak pernah masak, dan anaknya nyindir jadi *incase* menunjukkan kepada anaknya, bapak juga bisa masak. Tapi masaknya pake apa? Karna memang status kuo di Indonesia itu cowok tidak boleh masak, maka pake ABC *incase* bisa masak, dan itu lebih praktis. Jadi itu bukan ke gender tapi itu lebih ke marketing.

2. Tanya : Bagaimana tanggapan kalian terhadap pernyataan “Jika kamu bisa kerja, aku juga harusnya bisa masak” yang ada di Iklan Kecap ABC versi Super Bunda dan Suami Sejati?

Jawab:

(Chusnul) Ya iya, menurut aku ya kesetaraan gender itu sih. Ngeliatnya jadi nggak ada pembagian antara tugas ibu dan tugas bapak, jadi ya semua dilakuin bareng-bareng. Sepakat sih, maksud aku nggak harus dengan yang kalau kamu bisa kerja, kamu juga bisa masak gitu. Bukan gitu, tapi bukan berarti harus ibunya yang kerja bapaknya yang masak loh yaa. Jadi ya kalo sama-sama kerja, dirumah juga sama-sama dikerjakan. Ya sepakat lah. Karna itukan di iklan ibunya bekerja juga, kecuali kalo bapaknya nggak bekerja saya nggak sepakat.

(Ridho) Setuju ajasih. Kerja. Yang penting kan mereka bisa berperan aktif gitu dan tidak merasa jenuh dirumah kan.

(Nahar) Seharusnya saya juga bisa masak. Bapak aja nggak bisa masak mbak hahaha. Kalo kata-kata seharusnya bisa masak gitu, nggak sih yaa. Kalau seharusnya bisa masak loh ya, spesifik ke masaknyanya kan nggak harus to, perempuan bisa masak laki-laki juga harus bisa masak. Ada juga yang laki-laki pinter masak ni perempuannya nggak bisa masak. Jadi kalo perempuannya masak, laki-lakinya bisa bantuannya di cuci piring gitu misalnya, atau dimananya kayaa gitu.

(Rania) Kalo kalimat itu sendiri sebenarnya nggak masalah, karna ya itu tadi. Kita mungkin diwajibkan untuk bisa, tapi nggak diwajibkan untuk melakukan karna yaa kita melakukan *rule* sendiri-sendiri lah. Jadi gini, buat kita bisa itu biar lengkap. Miala suatu saat istri sakit, terus nggak ada yang masak nih. Kan mau gak mau kita harus tetap masak. Ya *incase* gitu, biar tetap ada gitulo. Karna unsur tersebut memang harus ada. Tapi bukan berarti kita harus selalu masak, selalu bantu-bantu gitu. Jadi walaupun istri kerja, tapi ya kita belum tentu bantu juga karna blm darurat.

(Arif) Alay, orang-orang feminis memang sekarang alay. Semuanya dijadiin *case* feminis. Kalo kata-kata kalo jika kamu bisa kerja aku juga seharusnya bisa masak. Nah itu dimulai sebagai kasus pembiasaan gender. Jadi disitulah mulai pembiasaan gender dan pembiasaan tupoksi dari setiap gender yang seharusnya dilahirkan dengan sendiri-sendiri. Jadi kalo kata-kata jika kamu bisa kerja, aku harus bisa masak, Harus bisa masak ya *incase*, dan itu hanya bisa tidak jadi rutinitas.

3. Tanya : Bagaimana tanggapan kalian tentang penggambaran laki-laki yang berada di ranah domestik atau dalam Iklan Kecap ABC versi Super Bunda dan Suami Sejati ini digambarkan dengan memasak?

Jawab:

(Chusnul) Lagi-lagi ke urusan dapur masing-masing kayaknya ya. Karna muungkin juga ada istrinya yang kamu kan udah erja lah kasian kamu tidur aja istirahat aja, gitu dan perempuannya ikhlas. Tapi ada yang sama-sama kerja nih, suaminya juga ikut bantu. Jadi itu kayaknya urusan dapur masing-masing ya. Kalo menurut aku itu udah tepat, karna sama-sama kerja jadi sama-sama bantu.

(Ridho) Menurut saya, dikomunikasikan aja antara suami dan istri bahwa ya sudah kalo memang mau bantu ya bantu engga ya engga. Kuncinya kan saling komunikasi ya antara suami dan istri biar engga yang ah masa saya kerjanya masak terus, yaudah gak usah masak cari makan diluar. Ya intinya itu aja, nggak usah terlalu itu. Ya sepakat aku sama iklan ini, nggak hanya masak sebenarnya, kaya ngurus anak, nyuci. Tapi simpel aja, kalo seadainya capek nyuci ya bsa laundry gitukan.

(Nahar) Kalo menurut ibu sihya mbak, terlalu sempurna untuk seorang laki-laki yaa. Udah kerja, masak pula tuh laki-laki sempurna lah ya. 1:100 kaliya

(Rania) Sama sih kaya Bu Nahar, kalau aku juga jatuhnya terlalu alay dan jadi terkesan dibuat-buat gituh

(Arif) Marketing pokoknya semuanya marketing. Penggambaran laki-laki yang seperti itu kan sebenarnya kaya sangat jarang ditemukan di keluarga indonesia kan. Masa iya cowok lagi capek langsung masak, kaya kurang pas aja gitu

4. Tanya : Bagaimana pendapat kalian tentang keseluruhan iklan ini?

Jawab:

(Arif) Kalo menurut aku ni, iklan ini sebetulnya gak ngomongin masalah peran laki-laki gitu di dapur atau di domestik gitulah kaya yang kau bilang. Tapi iklan ini sebenarnya cuma mau bilang, kalo kau mau gampang masak ya pakelah ABC ni. Kau coba lihat di akhir ending iklannya tu, si istri bilang kalau mau bantu ni ABC bisa bantu, macam itulah. Aku juga kurang setuju sama suami atau laki-laki yang ngurus rumah. Jadi ya gak sepakat aku ni sama iklan ABC tu yang bilang kita (laki-laki) kudu bantu kau (perempuan) ngurusin rumah. Begitulah kira-kira ya.

(Ridho) Kalo saya ngeliatnya iklan ini selain punya pesan laki-laki yang harus ikut berperan di ranah domestik, juga ada pesan lain yang terselubung. Yaitu pesan yang menggambarkan bahwa laki-laki adalah tokoh yang lebih kuat dari perempuan. Walaupun saya sepakat sama pesan yang dibawa kalau laki-laki ya memang harus bantu istri ngurus anak, ngurus rumah. Ya apapun lah pekerjaan domestiknya, memang setuju kalau ya sama-sama saling bantu. Tapi kalau diliat dari iklan ABC ini saya melihatnya bukan malah istri dan suami setara gitu. Dengan si suami bilang kalau kamu bisa kerja aku juga harus bisa masak. Terus si suami meraih sutil menggantikan istrinya masak. Ditambah ending iklan diperlihatkan istrinya duduk manis dan yang menghidangkan masakan itu suaminya padahal di awal iklan si suami bilang ah capeknya. Hal itu justru kesan superior yang menonjol dalam iklan itu. Dengan suami yang kecapean pulang kerja, terus dia menggantikan istrinya masak. Itu menunjukkan kalau suami tenaganya lebih gede, lebih banyak. Kesan yang menjadikan suami yang lebih berkuasa atas istri, yaitu kesan superior itu juga menonjol selain pesan domestik tadi.

(Nahar) Kalo menurut ibu ya mbak, ibu sebenarnya sangat sepakat sama penggambaran bahwa laki-laki juga harus bertanggung jawab di ranah domestik yg digambarkan diiklan itu dengan masak, tapi yang ibu sayangkan kenapa adegannya itu suaminya masih pake baju kantor. Menurut ibu, suami yang masih capek pulang terus bantuin istrinya masak itu 1 banding 10. Terlalu *lebay* penggambarannya. Ibartanya suami idaman lah. Memang benar laki-laki emang harus ikut juga berperan di ranah domestik, tapi tidak digambarkan dengan kondisi yang pulang kerja langsung bantuin masak kaya di iklan gitu.

(Rania) Untuk berperan di ranah domestik sih aku setuju. Tapi itu cuma sebagai 'bisa' bukan sebagai *daily activitynya* gituloh. Jadi laki-laki bisa ya memang harus bisa, untuk antisipasi di keadaan-keadaan darurat gitu misalnya istrinya pergi atau gimanalah. Tapi kalo nggak bisa ya nggak papa. Sekarang kan udah maju jamannya, bisa pake *go food* gitu lah misalnya atau

delivery yang lain. Jadi kalo di Iklan ABC dia bilang kalo kamu bisa kerja, aku harusnya bisa masak. Ya nggak juga sih. Kalimat ‘seharusnya’ itulah yang bikin aku kurang pas. Karna ya itu, menurutku laki-laki berperan di ranah domestik itu cuma sebatas bisa aja dan nggak sebuah kewajiban atau keharusan kaya di Iklan Kecap ABC itu.

(Chusnul) Iklan ABC yang ini menurut sih bagus banget. Dia idenya tuh ciamik banget. Dengan kalimat ‘kalo kamu bisa kerja, aku juga harusnya bisa masak’ di iklan itu bikin kita tuh sadar kalo ya memang setiap orang kan punya hak dan kewajiban yang sama sebenarnya. Ya mau secapek apapun laki-laki urusan dapur atau domestik itu ya tetap jadi tanggung jawabnya dia juga. Jangan mentang-mentang dia udah kerja, terus dia bisa semena-mena dirumah. Ya secaman itulah, jadi *over all* aku suka banget sih sama Iklan Kecap ABC Super Bunda dan Suami Sejati ini

DOKUMENTASI



