

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **2.1. Semiotika**

Semiotika berasal dari kata Yunani "Semeion" yang berarti "*sign*" dalam bahasa Inggris. Ilmu semiotika mempelajari tanda dan proses yang terkait dengan penggunaan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku dalam penggunaan tanda. Menurut Zoest (93), ada lima ciri utama dari tanda, yaitu tanda harus dapat diamati, tanda harus dapat ditangkap, tanda merujuk pada sesuatu yang lain, tanda memiliki sifat representatif, dan sifat representatif ini memiliki hubungan langsung dengan sifat interpretatif. Oleh karena itu, sesuatu hanya dapat menjadi tanda atas dasar perbedaan yang ada (Lantowa 1).

Dalam runutan ilmu pengetahuan, semiotik didefinisikan sebagai metode untuk mengkaji cara kerja dan fungsi tanda (*sign*). Ada dua teori umum tanda yang berasal dari Swiss Linguist Ferdinand de Saussure dan yang kedua oleh Filsuf Amerika Charles Sanders Peirce. Saussure digunakan istilah Semiologi karena menurutnya semiotika adalah ilmu yang dipelajari peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial (Chandler 3). Filsuf Peirce menggunakan istilah semeiotik (kemudian dikenal sebagai semiotik) sebagai doktrin formal dari sebuah tanda, yang erat kaitannya dengan logika (Peirce 58). Singkatnya, semiotika adalah studi bagaimana makna diciptakan. Semiotika adalah alat untuk menemukan informasi dibalik tanda. Ini membantu pembaca atau khalayak untuk memahami makna dari tanda-tanda yang membuat komunikasi tersampaikan dengan baik.

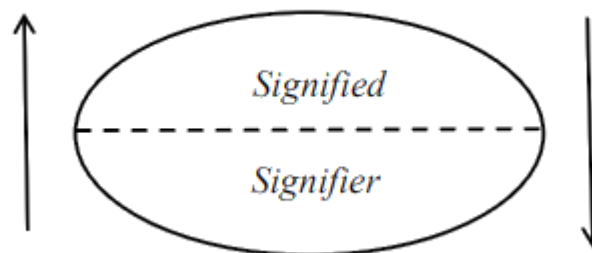
## 2.2 Tanda (*Sign*)

Tanda dapat ditemukan dalam bentuk apapun; jika orang bisa melihat penanda adalah menandakan sesuatu berhubungan dengan sesuatu selain dirinya sendiri. Tanda dapat berupa kata-kata, gambar, suara, bau, rasa, tindakan, maupun objek. Setiap hal di dunia ini memiliki arti dan tujuan. Fungsi dari penggunaan semiotika yaitu untuk menemukan informasi yang tersembunyi di belakang tanda pada suatu hal. Dalam proses analisis tanda, terdapat dua teori tanda yang dikemukakan oleh Ferdinand de Saussure beserta Charles Sanders Peirce yang biasa digunakan. Teori tanda mereka berbeda satu sama lain. Pertama, model Saussurean dari tanda-tanda (*signs*). Model tanda Saussure ada dalam tradisi *dyadic*. Saussure berpendapat bahwa tanda-tanda terdiri dari dua bagian, yaitu wahana tanda dan maknanya. Saussure mendefinisikan tanda terdiri atas penanda dan petanda. Penanda adalah bentuk tanda itu diambil, sedangkan petanda adalah konsep. Saussure (66) berpendapat:

*A linguistic sign does not connect a name to an object, but instead connects a concept (signified) to a sound pattern (signifier). The sound pattern is not an actual sound, as sound is a physical phenomenon. Instead, a sound pattern is the psychological impression that a hearer has of a sound, as perceived through their senses. This sound pattern can be considered a "material" element only in that it represents our sensory impressions. The sound is just one element of a linguistic sign; the other element is generally more abstract and is the concept.*

Berdasarkan teori diatas, Saussure percaya bahwa baik penanda maupun petanda bersifat psikologis. Keduanya tidak selalu berwujud fisik. Jika percakapan yang melibatkan tanda terjadi antara pengirim dan penerima, maka pada saat itu terjadi tanda tidak benar-benar ada. Namun, penerima memproses tanda itu dalam pikiran

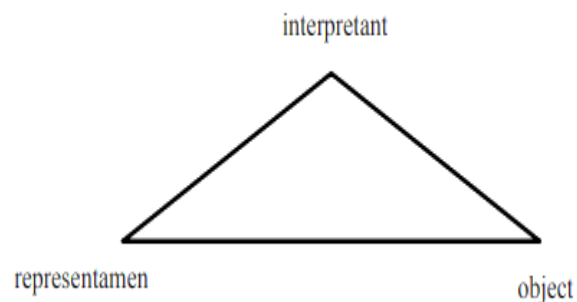
mereka dengan mengkompilasi huruf-huruf yang membentuk kata-kata itu, dan merujuk ke objek di dalamnya percakapan. Itu ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



**Gambar 2.2** Saussure's Model of Sign (Chandler 14)

Penanda sekarang umumnya diartikan sebagai bentuk material (atau fisik). Melalui tanda, sesuatu hal (*things*) yang bisa dilihat, didengar, disentuh, dicium, atau dicicipi (Jakobson 98). Seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.2.1, ada hubungan antara penanda dan petanda, hubungannya berjalan dua arah. Hubungan antara penanda dan petanda disebut sebagai 'penandaan', dan itu diwakili dalam diagram Saussurean dengan anak panah. Garis putus-putus menandai dua elemen dari tanda disebut 'bar'. Ambil contoh kata tutup di pintu minimarket. Huruf T-U-T-UP adalah penanda karena orang dapat melihat dan menyentuh teks. Sedangkan petandanya adalah minimarket tersebut tidak dapat melayani pelanggan karena sudah tutup.

Model tanda lain diusulkan oleh Charles Sanders Peirce. Menurut pendapat Chandler (30), "interaksi antara representamen, objek, dan interpretant disebut oleh Peirce sebagai 'semeiosis'". Model tanda Peirce dikenal sebagai "triadik" atau model tiga bagian tanda:



**Gambar 2.3** Model Triadik Tanda Pierce (Chandler 30)

Pierces mendefinisikan tanda model triadik yang terdiri dari (Chandler 29):

1. Representamen: bentuk yang diambil oleh tanda (tidak harus material, meskipun biasanya diartikan seperti itu). Ini mirip artinya dengan Saussure penanda.
2. Seorang penafsir: bukan seorang penafsir melainkan arti yang dibuat dari tanda itu. Dia kira-kira analog dengan tanda Saussure.
3. Objek: sesuatu di luar tanda yang dirujuknya (referensi).

Menurut model trikotomi Pierce, pemaknaan tanda terdiri dari tiga tahap, yakni 1) persepsi indrawi atau representamen, misalnya melihat asap dari jauh; 2) mengaitkan asap dengan objek, seperti peristiwa kebakaran yang terjadi di suatu tempat; dan 3) pembentukan interpretasi, seperti menafsirkan bahwa ada toko yang terbakar di daerah tersebut. Tahap 2 dan 3 terjadi di dalam pikiran seseorang, sedangkan tahap 1 terjadi karena sesuatu yang diindra oleh seseorang. Berdasarkan representamennya, teori semiotik ini membedakan tiga jenis tanda, yaitu indeks, ikon, dan lambang. (Hoed 176).

Saussure memperkenalkan semiologi sebagai studi tentang sistem penandaan dan cara kerjanya, yang tidak terbatas pada bahasa saja. Pierce, di sisi lain, mengusulkan bahwa semiotik merupakan sinonim dari kata logika, karena

menurutnya logika harus mempelajari bagaimana orang bernalar melalui tanda-tanda. Dalam model semiotika Saussure, terdapat dua aspek yaitu penanda dan petanda, di mana penanda adalah bentuk formal atau citraan visual, sementara petanda adalah konsep yang lebih abstrak daripada citra akustis. Murid Saussure, Roland Barthes, kemudian mengembangkan konsep tanda dengan membedakan makna denotasi, konotasi, dan mitos.

### **2.3 Semiotika Roland Barthes**

Roland Barthes melakukan penelitian terkait hubungan penanda dan petanda pada suatu tanda dengan merujuk pada konsep Ferdinand de Saussure. Saussure memandang tanda dalam konteks bahasa komunikasi manusia yang terdiri dari *signifier* (penanda) dan *signified* (petanda). *Signifier* merujuk pada apa yang diucapkan, ditulis atau dibaca, sementara *signified* merujuk pada gambaran mental atau konsep. Barthes memberikan contoh seikat mawar yang dapat diinterpretasikan sebagai penanda dan gairah sebagai petanda. Hubungan antara keduanya menghasilkan istilah ketiga: seikat kembang sebagai sebuah tanda. Adapun pentingnya memahami bahwa seikat kembang sebagai penanda hanyalah entitas tanaman biasa, sedangkan sebagai tanda, seikat kembang memiliki makna yang lebih luas. Dalam hal ini, seikat kembang sebagai penanda adalah kosong, sedangkan sebagai tanda, seikat kembang memiliki makna yang kaya dan berarti (Kurniawan 22).

Gagasan Roland Barthes yang dikenal dengan *Two Order of Signification* mencakup dua tingkat makna, yaitu denotasi dan konotasi. Denotasi merujuk pada hubungan langsung antara penanda dan petanda, menghasilkan makna eksplisit dan

pasti seperti dalam kamus. Sementara itu, konotasi menggambarkan interaksi antara tanda dengan perasaan dan nilai-nilai pribadi atau budaya pembaca. Selain memahami proses penandaan ini, Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu mitos yang ada dalam masyarakat. Perspektif Barthes tentang mitos menjadi ciri khas semiologinya dan membuka peluang baru dalam semiologi, yaitu penggalian lebih lanjut untuk mencapai mitos yang berfungsi dalam realitas masyarakat. Dalam praktiknya, Barthes mencoba membongkar mitos modern melalui kajian kebudayaan (Kurniawan 21). Analisis semiotika dapat diterapkan pada hampir semua media, termasuk televisi, radio, surat kabar, majalah, film, foto, dan iklan.

Roland Barthes, seorang pionir utama dalam bidang semiotika, mengemukakan bahwa sastra adalah sebuah wacana, yang merupakan sistem penandaan yang sarat pesan yang terdiri dari tingkat ekspresi dan lapisan isi maupun makna (Barthes 6). Proposisi ini dikaitkan dengan makna pada tataran konotasi. Ada dua jenis makna yang berbeda, yang pertama adalah tingkat signifikansi denotatif, dan yang kedua adalah lapisan konotasi. Ini adalah dua jenis makna yang berbeda. Sistem pertama telah diperluas untuk membuat sistem kedua ini. Hal ini lebih lanjut dijelaskan oleh (Fakih 8), yang menyatakan bahwa karya sastra merupakan sistem semiotik orde kedua yang terintegrasi dalam sistem semiotik primer berupa bahasa. Dalam semiotika tingkat kedua, unit tanda dan makna yang hadir dalam sistem tingkat sebelumnya menjadi tanda. Oleh karena itu, bahasa berfungsi sebagai media sastra dan cerita rakyat, menjadikannya sistem semiotik tingkat pertama yang terletak pada lapisan makna konotatif atau literal. Sastra, di sisi lain, adalah bagian dari

sistem semiotik tingkat kedua yang terletak pada lapisan makna konotatif atau kiasan. Konotasi berfungsi sebagai tempat konseptual makna ketika telah mengambil status hegemoni dan diterima secara teratur dan alami. Inilah konstruksi yang disebut Barthes sebagai mitos (sistem konotatif). Ide mitos sebanding dengan ide ideologi, yang beroperasi pada tingkat konotasi. Menurut Volosinov (54), ideologi berangkat dari tanda, jadi kalau ada tanda pasti ada ideologi. Tidak semua sistem semiologis bersifat mitologis, menurut Barthes. Tidak semua simbol membawa ideologi yang sama (Griffin 28). Sedangkan Mitos, yang merupakan bahasa tingkat kedua yang membahas bahasa tingkat pertama, disebut juga sebagai sistem semiologis orde kedua atau metabahasa. Dalam makna konotatif mitos kedua, sistem tanda pertama (penanda dan petanda), yang menggerakkan makna denotatif, menjadi penanda. Bagi Barthes, ini adalah metafora (Barker 24). Pemikiran penerus Saussure adalah Roland Barthes. Saussure memperhatikan bagaimana kalimat dibangun dan bagaimana struktur kalimat memengaruhi makna, tetapi dia kurang tertarik pada gagasan bahwa pernyataan yang sama dapat memiliki berbagai makna tergantung pada audiens dan konteksnya. Semiotika Saussure lebih condong ke kerangka konseptual gagasan bahasa. Saussure menegaskan bahwa dua elemen sinyal—penanda dan petanda, atau konsepsi mental yang diimplikasikan oleh kode linguistik tertentu—melakukan proses penandaan.

Dengan mencari kode-kode tertentu yang disematkan pada gambar dan gerak, kode tersebut terungkap (*decode*). Setiap penanda dalam gambar yang disimpulkan oleh konsep yang benar akan diidentifikasi pada tingkat pertama. Kumpulan tanda akan dibuat dengan menggunakan informasi pada tingkat awal denotasi.

Seperangkat penanda yang menunjuk pada seperangkat penanda fragmen ideologis tertentu yang dihasilkan di dalamnya terekspos pada tataran kedua (tingkat konotasi dan mitis). Mitos yang mendefinisikan suatu masyarakat adalah segi lain dari penandaan yang dirasakan Barthes. Berikut adalah peta tanda-tanda Roland Barthes.

**Tabel 2.1** Sistem Signifikasi Dua Tahap dari Roland Barthes

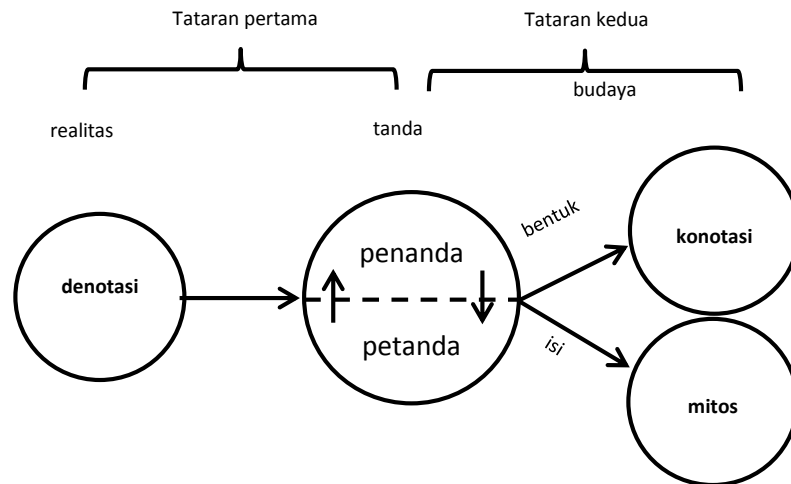
**Sumber:** Cobley & Janz (51)

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)
3. Denotative sign (Tanda denotatif)	
4. Connotative signifier (Penanda konotatif)	5. Connotative signified (Petanda konotatif)
6. Connotative sign (Tanda konotatif)	

Seperti terlihat pada peta Barthes di atas, tanda denotatif (3) terdiri dari penanda (1) dan tanda (2). Akan tetapi, tanda denotatif juga berfungsi sebagai penanda konotatif (4). Menurut Barthes, denotasi itu sendiri merupakan tingkatan pertama yang maknanya lengkap. Makna yang jelas, tepat, dan eksplisit dihasilkan pada tataran denotasi. Denotasi merupakan skema penandaan tingkat kedua dalam semiologi Barthes. Konotasi adalah makna subjektif dan variabel, sedangkan denotasi adalah makna yang tetap dan objektif. Gambar berikut mengilustrasikan bagaimana makna dan mitos terbentuk.



**Gambar 2.4** Bagan signifikansi 2 Tahap Roland Barthes



**Sumber:** (Sobur, *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*)

Dalam gambar tersebut, Barthes mengilustrasikan konsep *Two Order of Signification* yang mencakup dua tingkat signifikansi dalam sebuah tanda. Tahap pertama adalah denotasi, yaitu makna yang jelas dan nyata dari sebuah tanda yang menjelaskan hubungan antara signifier dan signified terhadap realitas eksternal. Tahap kedua adalah konotasi, yang melibatkan interaksi antara tanda dengan perasaan, emosi, dan nilai-nilai kebudayaan dari pembaca. Konotasi memiliki makna yang lebih subjektif dan mengandung pilihan kata yang lebih kompleks, contohnya kata "meja hijau" yang bisa memiliki makna pemberian ketetapan hukum atau kesaksian. Tahap kedua signifikasi tanda ini bekerja melalui mitos, yaitu bagaimana sebuah kebudayaan menjelaskan atau memahami aspek-aspek tertentu dari realitas atau gejala alam. Mitos merupakan produk dari dominasi kelas sosial, dan terbagi menjadi dua jenis yaitu mitos primitif yang berkaitan dengan hal-hal takhayul, hidup dan mati, serta dewa, dan mitos masa kini yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat dan budaya, seperti maskulinitas, femininitas,

kesuksesan, dan ilmu pengetahuan.

### 2.3.1 Denotasi

Barthes mengategorikan denotasi sebagai urutan pertama dari “*Order of Signification*”. Denotasi merujuk kepada pada hubungan sederhana atau literal dari sebuah tanda dengan referensi yaitu sebuah penanda dan petanda. Makna denotasi sendiri mengandung makna referensial. Denotasi cenderung digambarkan sebagai makna definisi, ‘*literal*’, ‘*obvious*’ atau ‘*common sense*’ dari sebuah tanda (Barthes 9-10). Dalam kasus tanda-tanda, makna denotasi adalah makna yang terkandung di dalam kamus tanpa tambahan apapun. Dari penjelasan diatas, kita dapat memahami bahwa denotasi adalah makna awal dari sebuah tanda. Tanda, seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, dapat berupa teks, gambar, dan lain lain. Denotasi menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda dalam sebuah tanda serta hubungan yang dimiliki antara tanda dan objek yang kemudian diwakili dalam realitas eksternal (segala sesuatu yang dapat ditangkap oleh persepsi indrawi). Denotasi juga mengacu kepada *common-sense thing*. Selain itu, denotasi juga mengacu kepada arti dari sebuah tanda yang didapatkan oleh penanda dan petanda.

Menurut Sobur (27), makna denotasi atau makna kognitif merujuk pada makna yang terkait dengan pengetahuan atau kesadaran manusia. Makna ini berkaitan dengan stimulus dan respon yang melibatkan pancaindra dan rasio manusia. Makna denotasi juga disebut makna proposisional karena berkaitan dengan informasi atau pernyataan yang bersifat faktual. Dalam kamus, makna denotasi diartikan sebagai makna sesungguhnya dari suatu kata, dan biasanya digunakan dalam karya tulis yang bersifat ilmiah. Barthes juga menyebutkan bahwa denotasi adalah makna yang paling nyata dalam tanda, yang menggambarkan objek yang direpresentasikan oleh

tanda itu sendiri. Sebagai contoh, kata "singa" mendenotasikan suatu hewan buas yang bentuknya mirip macan dan memiliki bulu panjang di sebagian kepala jika jantan. Demikian pula, kata "perempuan" dan "wanita" memiliki makna denotasi yang sama, yaitu manusia dewasa bukan laki-laki, dan mampu melahirkan.

### **2.3.2 Konotasi**

Barthes (9) menjelaskan bahwa konotasi adalah tahap kedua dalam proses penandaan yang terdiri dari penanda dan petanda. Menurut Barthes (9), konotasi merupakan tanda yang turun dari tanda penanda dan memiliki nilai emosional yang dihasilkan dari pihak pengirim dan penerima pesan. Charles (24) menyatakan bahwa makna konotasi terdiri dari nilai positif atau netral, dan terkait dengan rasa dan opini seseorang tentang suatu tanda. Konotasi muncul sebagai hasil dari asosiasi perasaan kita terhadap kata-kata yang kita ucapkan atau dengar. Pembicara sering menggunakan makna konotatif untuk mempengaruhi perasaan atau opini penerima pesan. Dalam konotasi, terdapat unsur rasa dan opini pribadi yang berperan dalam menafsirkan tanda.

Menurut Sumardjo dan Sani (dalam Sobur 266), makna konotatif suatu kata dipengaruhi dan ditentukan oleh dua lingkungan, yaitu lingkungan tekstual dan lingkungan budaya. Lingkungan tekstual mengacu pada semua kata di dalam suatu karangan yang menentukan makna konotatif tersebut. Contohnya adalah kata "bulan" yang memiliki makna yang berbeda antara "bulan April" dan "gerhana bulan". Makna kata "bulan" akan berubah setelah diikuti atau diawali dengan kata lain yang membentuk suatu kalimat. Sementara itu, lingkungan budaya akan mempengaruhi makna suatu kata ketika ditempatkan di dalam latar belakang suku dan budaya yang berbeda. Sebagai contoh, kata "teratai" memiliki makna konotatif

tentang keindahan bagi masyarakat Indonesia, tetapi memiliki makna konotatif yang berhubungan dengan agama Hindu di negara seperti India. Secara umum, konotasi kata memiliki tiga tingkatan, yaitu konotasi tinggi (positif), konotasi netral, dan konotasi rendah. Contohnya adalah kata "perempuan" yang memiliki konotasi rendah karena digambarkan sebagai seseorang yang berpendidikan kurang dan tidak modern dalam berpandangan atau berpakaian. Di sisi lain, kata "wanita" memiliki konotasi tinggi karena menggambarkan seseorang yang berpendidikan tinggi dan modern dalam segala hal. Hal ini terbukti dengan tidak digunakannya kata "perempuan" dalam berbagai nama organisasi atau lembaga, tetapi justru menggunakan kata "wanita", seperti Darma Wanita, Ikatan Wanita Pengusaha, Gedung Wanita, dan Menteri Urusan Peranan Wanita.

Makna implisit suatu kata dapat berbeda di antara kelompok masyarakat tergantung pada norma penilaian dan pandangan hidup mereka. Sebagai contoh, kata "babi" di daerah mayoritas Muslim mempunyai makna konotasi negatif karena dianggap sebagai hewan yang najis dan haram. Sementara di daerah lain yang mayoritas bukan Muslim seperti Papua atau Bali, kata "babi" tidak mempunyai makna konotasi negatif (netral). Selain itu, makna konotatif juga dapat berubah seiring berjalannya waktu. Seperti kata "ceramah" yang dulunya mempunyai konotasi negatif karena berarti "cerewet", namun kini mempunyai konotasi positif. Begitu juga dengan kata "perempuan" yang dulunya mempunyai makna konotasi netral pada masa sebelum penjajahan Jepang, namun berubah menjadi mempunyai makna konotasi negatif pada masa kini.

### 2.3.3 Mitos

Perlu dipahami bahwa kebenaran dari mitos tidak dapat dijamin. Menurut Barthes (9-10) dalam semiotika, mitos dapat dikatakan sebagai kepercayaan populer. Mitos memainkan peran penting sebagai alat pengungkap tanda-tanda yang menunjukkan apa yang sudah ditentukan oleh sejarah. Mitos merupakan sistem komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan jenis baru yang berasal dari relasi tanda konotasi yang ingin disampaikan. Mitos terbentuk melalui proses signifikasi penanda, petanda, dan tanda pada dua tataran, yaitu sistem linguistik dan mitos itu sendiri. Sebagai sistem semiotika tingkat kedua, mitos mengambil sistem semiotika tingkat pertama sebagai landasan dalam menciptakan makna baru.

Mitos (Sobur 130) merupakan sebuah cara bagaimana kebudayaan menjelaskan realitas atau gejala alam yang berasal dari kata Yunani "mythos" yang artinya kata-kata wicara. Mitos dianggap sebagai "teori narasi" asli tentang dunia yang berfungsi untuk menjelaskan aspek-aspek tertentu dalam kehidupan manusia. Ada dua jenis mitos, yaitu mitos tradisional yang berhubungan dengan alam ghaib, spiritual, dan takhayul, dan mitos modern yang dibentuk oleh gejala-gejala yang muncul pada masyarakat saat ini, seperti gejala politik, olah raga, sinema, televisi, dan pers (Sobur 128). Mitos memiliki peran penting sebagai sistem komunikasi yang membawakan pesan, dan bukanlah suatu objek atau gagasan, tetapi merupakan cara signifikasi dari suatu bentuk. Mitos bisa disampaikan dalam bentuk verbal atau nonverbal, seperti film, lukisan, fotografi, iklan, dan komik sebagai media penyampai pesan. Meskipun mitos umum dianggap benar, sebenarnya mitos tidak bisa dijamin kebenarannya. Mitos dibentuk melalui anggapan berdasarkan

observasi kasar yang digeneralisasikan dan memiliki peran sebagai alat pengungkap tanda-tanda yang menunjukkan apa yang sebelumnya sudah ditentukan oleh sejarah.

#### **2.4 Diskriminasi Gender**

Rothchild (27) mengungkapkan bahwa diskriminasi gender adalah perilaku yang menunjukkan sikap pilih kasih terhadap satu jenis kelamin di atas yang lain. Paling sering, diskriminasi gender adalah tindakan memihak laki-laki dan/atau anak laki-laki daripada perempuan dan/atau anak perempuan. Namun, hal ini tidak selalu terjadi. Untuk mendefinisikan diskriminasi gender sepenuhnya, pertama-tama hal ini harus membedakan antara istilah gender dan jenis kelamin. Pada penelitian ini, istilah gender didefinisikan sebagai harapan dan peran yang dibangun secara sosial untuk perempuan dan laki-laki, untuk anak perempuan dan anak laki-laki. Secara khusus, anak perempuan dan perempuan diharapkan untuk menunjukkan perilaku feminin, dan anak laki-laki dan laki-laki diharapkan untuk bertindak maskulin. Adapun istilah jenis kelamin, pada penelitian ini didefinisikan sebagai perbedaan biologis yang diberikan kepada perempuan dan pria untuk membedakan keduanya. Ciri-ciri biologis yang diberikan kepada perempuan dan laki-laki sering kali terdiri dari ciri-ciri seks primer atau sekunder (Rothchild 60).

Istilah diskriminasi gender sering salah digunakan secara bergantian dengan istilah seksisme. Seksisme diskriminasianya didefinisikan sebagai subordinasi satu jenis kelamin, diskriminasianya perempuan, berdasarkan asumsi superioritas jenis kelamin lain (Kendall 78) atau ideologi yang mendefinisikan perempuan sebagai berbeda dan lebih rendah dari laki-laki (Andersen and Taylor 56). Seks adalah dasar dari prasangka dan anggapan inferioritas yang tersirat dalam istilah seksisme.

Istilah diskriminasi gender lebih inklusif daripada istilah seksisme, karena mencakup prasangka (sikap) dan diskriminasi (perilaku) dalam definisinya. Studi diskriminasi gender juga fokus pada gender, bukan pada seks. Selanjutnya, istilah diskriminasi gender dapat mencakup contoh diskriminasi terhadap anak laki-laki dan laki-laki selain diskriminasi terhadap anak perempuan dan perempuan. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting: Apakah anak laki-laki dan laki-laki dirugikan oleh diskriminasi gender? Sementara anak laki-laki dan laki-laki individu mungkin menderita di tangan diskriminasi gender, anak laki-laki dan laki-laki sebagai kelompok mendapat manfaat dari diskriminasi gender yang tertanam di lembaga-lembaga sosial. Manfaat sempit diskriminasi gender bagi sebagian orang sebanding dengan kerugian yang jauh lebih luas bagi semua (Neubeck and Glasberg 98). Dan jika peran dan harapan gender membatasi baik anak perempuan maupun anak laki-laki dan perempuan dan laki-laki, dapat dikatakan bahwa diskriminasi gender membatasi perkembangan masyarakat kontemporer secara keseluruhan.

Adapun definisi diskriminasi gender menurut Rakhmat dalam (Widyatama 28), merupakan prasangka atau konstruksi sosial yang berupaya mendudukan perempuan dalam sosok tradisional, lebih lemah dibandingkan dengan pria, hanya sebagai obyek dan komoditas, serta cenderung dieksploitasi atas potensi fisiknya saja. Sebaliknya, laki-laki digambarkan sebagai sosok yang lebih kuat, rasional, dominan, pandai dan berkuasa. Penggambaran itu, jelas sangat stereotip, khas tidak berubah-ubah, klise, seringkali timpang dan tidak benar.

Berbagai macam perlakuan diskriminasi gender terhadap perempuan ini dapat ditemukan dalam kehidupan manusia. Diskriminasi gender dengan melakukan

diskriminasi terhadap perempuan ini ada di sebagian besar dunia dalam berbagai bentuk. (Fakih 12-13) membagi diskriminasi gender menjadi lima macam, yaitu marginalisasi, subordinasi, stereotip, kekerasan dan beban ganda.

Istilah marginalisasi ini maksudnya adalah karena perbedaan gender, masyarakat terpinggirkan, yang berujung pada kemiskinan. Gagasan ini berkembang dari gagasan bahwa gender dan seks memiliki makna yang sama. Anggapan ini menganggap perempuan bekerja sebagai pencari nafkah tambahan. Dengan demikian, perempuan menghasilkan lebih sedikit uang daripada pria, terutama jika mereka memiliki tingkat pendidikan yang lebih rendah. Kehamilan dan persalinan membuat perempuan menjadi target yang jelas untuk PHK atau pengunduran diri dari pekerjaan mereka. Perempuan kini terbatas bekerja sebagai buruh tani bergaji rendah akibat modernisasi teknologi pertanian.

Subordinasi adalah penilaian atau anggapan bahwa peran yang dimainkan oleh satu gender berada di bawah peran gender lainnya. Peran sosial laki-laki dan perempuan telah dipisahkan oleh cita-cita sosial dan budaya. Laki-laki terlibat dalam urusan publik atau produksi, sedangkan perempuan dipandang bertanggung jawab dan berperan dalam masalah rumah tangga atau reproduksi. Apakah tanggung jawab dan fungsi domestik dan reproduktif layak mendapat penghormatan yang sama seperti tugas publik dan produksi, pertanyaannya adalah? Selama ketidakadilan ada, reproduksi berbeda dari fungsi publik dan reproduksi.

Memberi seseorang atau kelompok kesan stereotip, label, atau cap berdasarkan asumsi yang salah atau keliru dikenal sebagai stereotip atau pelabelan negatif. Pelabelan diskriminasianya dilakukan dalam hubungan yang melibatkan dua orang



atau lebih dan terkadang digunakan sebagai pembenaran atas tindakan yang dilakukan oleh satu kelompok terhadap kelompok lainnya. Pelabelan juga menunjukkan koneksi daya yang tidak seimbang atau tidak seimbang yang dimaksudkan untuk mengontrol atau menundukkan orang lain. Perempuan sering menjadi sasaran stereotip negatif, seperti anggapan bahwa mereka lemah, senang diejek, tidak logis, atau tidak mampu membuat keputusan penting. Untuk lebih jelasnya Venny (8) menyebutkan adanya penggambaran stereotip gender dalam iklan dalam tabel berikut:

<b>Perempuan</b>	<b>Laki-Laki</b>
Lembut	Kasar
Emosional	Rasional
Feminin	Maskulin
Cengeng	Tabah
Berambut panjang	Berkumis
Berkulit putih	Terpesona pada kecantikan
Bertubuh langsing	Berpenampilan mapan
Pakai rok	Pakai celana
Mengasuh anak	Bekerja
Mencuci piring	Mencuci mobil
Tidak perlu sekolah	Berpendidikan tinggi
Ibu rumah tangga	Bekerja di ruang publik
Lemah	Kuat
Cerewet, judes	Kalem

**Tabel 2.2** Daftar Stereotip Gender dalam Iklan

**Sumber:** Venny, 2002 hal. 8

Kekerasan adalah setiap tindakan agresi—fisik atau psikologis—yang dilakukan oleh satu jenis kelamin, atau oleh keluarga, sekelompok orang, atau lembaga

pemerintah, terhadap jenis kelamin lainnya. Gagasan yang salah tentang gender membuat pria dan perempuan dalam peran karakter yang berbeda. gagasan bahwa perempuan feminin dan laki-laki maskulin menunjukkan ciri-ciri psikologis dengan cara yang berbeda, seperti bagaimana laki-laki dianggap kuat, berani, dan sebagainya. Perempuan, di sisi lain, dipandang sebagai penurut, halus, dan sebagainya. Sebenarnya, membuat perbedaan itu cukup bisa diterima. Namun, ternyata kelemahan karakter inilah yang memunculkan perilaku kekerasan. Anggapan bahwa perempuan itu lemah digunakan sebagai pembenaran untuk memperlakukan mereka secara kasar dan tidak adil. berbagai kejahatan kekerasan yang bersumber dari kejahatan kekerasan lainnya, termasuk pemerkosaan, mutilasi alat kelamin, penyerangan seksual, prostitusi, dan eksploitasi seksual.

Beban ganda mengacu pada fakta bahwa satu jenis kelamin dibebani dengan lebih banyak pekerjaan daripada yang lain. Peran reproduksi perempuan seringkali dianggap statis dan tidak berubah. Sekalipun terjadi peningkatan jumlah perempuan yang bekerja di sektor publik, beban mereka di sektor domestik tidak berkurang. Mereka melakukan segala upaya agar perempuan lain, seperti pembantu rumah tangga atau anggota keluarga perempuan lainnya, mengambil alih tugas. Perempuan terus menanggung beban, meskipun. Efeknya adalah mereka menanggung dua beban.

Semua manifestasi ketidaksetaraan gender yang disebutkan di atas dapat ditemukan dalam pekerjaan, dalam organisasi, dalam masyarakat, dan dalam norma-norma keluarga dan rumah tangga, untuk beberapa nama. Tidak ada bentuk ketidakadilan yang lebih signifikan atau berbahaya dari yang lain, dan tidak ada

hierarki atau anggapan yang bertentangan. Beberapa jenis ketidakadilan ini saling berhubungan; misalnya, subordinasi dapat terjadi karena seorang wanita dipandang emosional dan cocok untuk pekerjaan tertentu.

Dari berbagai bentuk diskriminasi gender terhadap perempuan di atas, maka dari itu jika perempuan dididik dan membuka pikiran serta memiliki pola pikir modern, mereka tidak hanya akan mampu membela haknya sendiri, tetapi juga dapat menginspirasi perempuan lain. Ikatan yang tumbuh di antara perempuan, yang disebut persaudaraan, dapat mendorong dan melemahkan menjadi yang berani. Melalui persaudaraan, perempuan dapat saling menginspirasi dan meyakinkan. Beberapa perempuan telah mendapatkan keberanian dan mereka akan berani untuk memilih hidup mereka. Namun, tidak semua perempuan memiliki sikap ini. Beberapa perempuan menunjukkan sikap negatif dengan menerima diskriminasi dan beberapa lainnya memiliki sikap positif dengan berjuang melawan diskriminasi. Sikap perempuan terhadap diskriminasi yang mereka hadapi penting karena akan mempengaruhi kehidupan mereka selamanya. Diskriminasi gender adalah sesuatu yang buruk dan jika perempuan memiliki sikap negatif, situasinya akan lebih buruk. Jika mereka memiliki sikap positif, mereka akan bebas dari diskriminasi dan mendapatkan masa depan yang baik untuk diri mereka sendiri dan untuk generasi mereka.

Gender adalah suatu konsep yang digunakan untuk mengidentifikasi perbedaan antara laki-laki dan perempuan yang dipandang dari segi sosial budaya. Gender dibentuk oleh masyarakat dan bukan bersifat kodrati. Berbeda dengan seks yang tidak dapat dipertukarkan karena merupakan kodrat Tuhan, sedangkan gender dapat

berubah manakala masyarakat menghendaknya.

Konsep gender berkaitan dengan dua hal, diantaranya feminitas dan maskulinitas. Feminitas dilabelkan kepada perempuan dan digambarkan dengan kedamaian, keteduhan, lemah lembut, emosional, dan lebih mengandalkan insting. Berbeda dengan maskulin dilabelkan kepada kaum laki-laki yang cenderung kuat, bersifat sebagai pelindung, dan rasional. Konsep gender ini merupakan hasil dari konstruksi sosial dan budaya yang telah didapatkan dari lingkungan sejak lahir yang membentuk konsep pemikiran dan dianggap sebagai ideologi dalam memahami gender. Terbentuknya suatu ideologi dalam masyarakat yang melekat dalam mengkonsepkan perempuan, sehingga berbagai tindakan nyata yang dianggap wajar dan diterapkan terhadap perempuan, supaya menganggap diri lebih rendah dan menyampaikan penghormatannya terhadap laki-laki melalui tindakan dan perilakunya.

Istilah sosiokultural yang disebut gender digunakan untuk menggambarkan perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Gender bukanlah bawaan; itu dibentuk oleh masyarakat. Gender dapat berubah ketika masyarakat menginginkannya, tidak seperti seks, yang tidak dapat diubah karena itu adalah kodrat Tuhan. Pria dan perempuan membentuk struktur biologis kemanusiaan, dan masing-masing memiliki alat dan fungsi yang unik bagi mereka dan tidak dapat dibagi. Pria memiliki jakun, penis, dan mereka juga memproduksi sperma. Perempuan mampu membuat sel telur, melahirkan, menyusui, dan memiliki organ ovarium. Meskipun gender adalah kualitas yang dimiliki oleh laki-laki dan perempuan, gender juga merupakan produk konstruksi sosial dan budaya. Misalnya, perempuan

distereotipkan sebagai sosok yang baik, cantik, emosional, dan keibuan. Sedangkan yang dipandang kuat, cerdas, macho, dan kuat adalah laki-laki. Ada banyak fitur yang dapat digunakan secara bergantian, misalnya, ada pria yang baik hati dan emosional dan ada juga perempuan yang kuat dan logis. Kedua, ada pergeseran yang terjadi dari waktu ke waktu dan antara lokasi geografis yang berbeda. Misalnya, di suku kuno, perempuan lebih kuat daripada pria, tetapi di era dan lokasi lain, kebalikannya benar. Ketiga, kelas sosial berbeda satu sama lain. Beberapa kelompok etnis lebih kuat daripada yang lain di antara perempuan kelas bawah pedesaan. Segala sesuatu yang dapat dipertukarkan antara sifat pria dan perempuan dapat berubah, dan itu berbeda dari lokasi ke tempat dan kelas ke kelas. Konsep gender dikenal seperti itu (Fakih 12).

## **2.5 Pendobrakan Diskriminasi Gender**

Menurut KBBI, pendobrakan didefinisikan sebagai sebuah proses yang dilakukan secara berani dan tegas untuk menghapus suatu kebiasaan. Jadi, pendobrakan diskriminasi gender dapat dikatakan sebagai salah satu cara untuk menghapuskan perlakuan berbeda terhadap salah satu gender. Salah satu gerakan untuk mendobrak diskriminasi gender adalah gerakan feminisme. Gerakan feminisme muncul sebagai akibat dari adanya prasangka gender yang cenderung menomorduakan kaum perempuan. Perempuan dinomorduakan karena adanya anggapan bahwa secara universal laki-laki berbeda dengan perempuan. Berkaitan dengan gerakan feminisme, terdapat beberapa aliran dalam gerakan feminisme antara lain: feminisme liberal, feminisme radikal, feminisme marxistis, dan feminisme sosialis (Fakih 81-90).

Menurut Susan Moller Okin, seorang tokoh dalam teori feminisme liberal,

prinsip utama dari gerakan feminisme liberal adalah kesetaraan hak dan kewajiban antara laki-laki dan perempuan. Okin mengkritik pandangan keluarga tradisional yang menempatkan perempuan hanya dalam peran domestik dan merampas hak-hak perempuan untuk berpartisipasi secara aktif dalam kehidupan masyarakat. Selain itu, Okin juga menekankan pentingnya memberikan kesempatan yang sama bagi perempuan dalam hal pendidikan dan kesempatan kerja sehingga mereka bisa meraih kebebasan dan kesetaraan yang sama dengan laki-laki.

Dalam dunia periklanan, perempuan menjadi hal yang lumrah dalam dunia komunikasi periklanan. Perempuan telah berkembang menjadi alat untuk merasionalkan daya pikat aktualisasi nilai produk. Sebuah produk, yang pada kenyataannya memiliki tujuan yang sama, diberitahu bahwa fokusnya telah beralih dari fungsi ke konsep gender. Membuat komoditas atau produk tertentu sering bermanifestasi sebagai tas maskulin atau feminin. Brave telah berkembang menjadi idiom yang diasosiasikan dengan produk seperti rokok, suplemen, wewangian, herbal atau tonik pria, mobil, dan banyak lagi yang dianggap "jantan", "maskulin", atau "eksklusif". Sementara itu, produk-produk yang terkait dengan feminitas, seperti sabun, sampo, perabot rumah tangga, dan gadget, banyak dijumpai dalam perdagangan.

Dalam pengertian iklan sendiri menurut (Stanton 88) mendefinisikan periklanan adalah bentuk komunikasi komersial yang menggunakan pesan yang tidak bersifat pribadi dan disponsori secara publik untuk mempromosikan atau menjual produk, layanan, atau konsep. Dia juga menyebutkan bahwa periklanan dibedakan dari hubungan masyarakat di mana pengiklan membayar dan memiliki kendali atas

pesan. Ini berbeda dari penjualan pribadi karena pesannya non-pribadi, yaitu, tidak ditujukan kepada individu tertentu. Iklan dikomunikasikan melalui berbagai media massa, termasuk media tradisional seperti surat kabar, majalah, televisi, radio, iklan luar ruang atau surat langsung; dan media baru seperti hasil pencarian, blog, media sosial, situs web atau pesan teks. Penyajian pesan yang sebenarnya dalam suatu media disebut sebagai iklan. (Arens and Weigold 65)

Pada mulanya iklan dikenal masyarakat, iklan masih berbentuk relief, iklan koran atau iklan papan nama. Hal ini disebabkan karena media informasi saat itu sangat terbatas, sebagai akibat keterbatasan masyarakat. Demikian pula perkembangan iklan mengikuti perkembangan media massa pada saat itu. Karenanya iklan pertama berupa relief, kemudian menjadi iklan koran dan papan nama, kemudian berkembang menjadi iklan radio dan saat ini iklan ditayangkan di televisi, internet atau komputer di samping iklan-iklan luar yang muncul dan bertebaran di mana-mana dengan berbagai bentuk. Media online membentuk perkembangan dan jangkauan yang luas karena mudah diakses oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun (Bustam 56). Sebagai sistem pertandaan, iklan sekaligus menjadi sebuah bangunan representasi. Iklan tidak semata-mata merefleksikan realitas tentang manfaat produk yang ditawarkan, namun seringkali menjadi representasi gagasan yang terpendam di balik penciptanya. Prinsip semiotika iklan adalah bahwa iklan melibatkan tanda dan kode. Setiap bagian iklan menjadi tanda, yang secara mendasar berarti sesuatu yang memproduksi makna. Dalam iklan kode-kode yang secara jelas dapat dibaca adalah bahasa berupa narasi atau unsur tekstual, audio dan audiovisual. Ketiganya masih dapat dipecah lagi ke

dalam anasir-anasir yang lebih kecil dan lebih tajam.

Kembali pada hubungan iklan dan gender, menurut sebuah studi oleh (Statt 176), perempuan memproses informasi secara komprehensif, sedangkan laki-laki memproses informasi melalui perangkat heuristik seperti prosedur, metode atau strategi untuk memecahkan masalah, yang dapat berdampak pada bagaimana mereka menafsirkan iklan. Menurut penelitian ini, laki-laki lebih suka memiliki isyarat yang tersedia dan jelas untuk menafsirkan pesan, sedangkan perempuan terlibat dalam interpretasi yang lebih kreatif, asosiatif, dan mengandung citra.

Penelitian selanjutnya oleh (Goddard 60) menemukan bahwa iklan berusaha membujuk pria untuk meningkatkan penampilan atau kinerja mereka, sedangkan pendekatannya terhadap perempuan bertujuan untuk transformasi menuju ideal yang mustahil dari presentasi perempuan. Dalam artikel Paul Suggett "*The Objectification of Women in Advertising*" ia membahas dampak negatif yang dialami para perempuan dalam iklan, yang terlalu sempurna untuk menjadi nyata, terhadap perempuan, dan juga pria, dalam kehidupan nyata (Suggett 54). Periklanan memanipulasi aspirasi perempuan terhadap tipe-tipe ideal seperti yang digambarkan dalam film, dalam seni erotis, dalam periklanan, di atas panggung, dalam video musik dan melalui paparan media lainnya membutuhkan setidaknya penolakan terkondisi terhadap realitas perempuan dan dengan demikian mengambil peran yang sangat ideologis. Studi menunjukkan bahwa ekspektasi terhadap perempuan dan gadis muda ini berdampak negatif pada pandangan mereka tentang tubuh dan penampilan mereka. Iklan ini ditujukan untuk pria. Tidak semua orang setuju: seorang kritikus memandang interpretasi iklan yang monologis dan spesifik



gender ini sebagai terlalu condong dan dipolitisasi. Ada beberapa perusahaan seperti Dove dan Aerie yang membuat iklan untuk menggambarkan lebih banyak perempuan alami, dengan manipulasi pasca produksi yang lebih sedikit, sehingga lebih banyak perempuan dan gadis muda yang dapat berhubungan dengan mereka (Splendora 34).

Penelitian yang lebih baru oleh Martin (98) mengungkapkan bahwa pria dan perempuan berbeda dalam cara mereka bereaksi terhadap iklan tergantung pada suasana hati mereka pada saat terpapar iklan dan pada nada afektif iklan. Saat merasa sedih, pria lebih memilih iklan bahagia untuk meningkatkan mood mereka. Sebaliknya, perempuan lebih menyukai iklan bahagia ketika mereka merasa bahagia. Program televisi di mana iklan disematkan mempengaruhi keadaan suasana hati pemirsa. Susan Wojcicki, peneliti artikel "Iklan yang Memberdayakan Perempuan Tidak Hanya Mematahkan Stereotip—Mereka Juga Efektif" membahas bagaimana iklan untuk perempuan telah berubah sejak iklan Barbie pertama, di mana seorang gadis kecil memberi tahu boneka itu, dia ingin menjadi seperti dia. Gadis-gadis kecil tumbuh dengan menonton iklan perempuan berpakaian minim yang mengiklankan barang-barang dari truk hingga burger dan Wojcicki menyatakan bahwa ini menunjukkan kepada gadis-gadis bahwa mereka adalah permen lengan atau permen mata (Wojcicki 67).