

Representasi Maskulinitas Perempuan dalam Iklan Sasa Melezatkan berjudul Perempuan Serba Bisa

Representation of Female Masculinity in the Sasa Melezatkan advertisement entitled Women are Versatile

Fadila Elma Ramadhani¹, Alief Budiyo²

^{1,2}UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia
E-mail: fadilaelma99@gmail.com¹, alief@uinsaizu.ac.id²

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 10 Juni 2024 Disetujui: 10 Juni 2024 Diterbitkan: 30 September 2024	Iklan memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk persepsi dan pandangan masyarakat tentang berbagai isu, termasuk gender dan peran perempuan. Penelitian ini menganalisis representasi maskulinitas perempuan dalam iklan Sasa Melezatkan yang berjudul "Perempuan Serba Bisa" menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Dengan menganalisis tanda-tanda visual seperti penampilan, gerakan, dan aktivitas perempuan yang ditampilkan dalam iklan, penelitian ini mengungkap bahwa iklan tersebut secara kuat merepresentasikan maskulinitas perempuan dalam berbagai bidang yang menantang stereotip gender tradisional. Analisis semiotika mengungkapkan bahwa iklan ini menampilkan perempuan dalam peran-peran seperti atlet tenis profesional, pemimpin dalam bisnis creative digital, dan pembalap drifting yang handal, mendefinisikan ulang konsep femininitas dan menentang batasan peran gender yang selama ini dianggap kaku. Representasi maskulinitas perempuan dalam iklan ini menjadi pernyataan untuk memperluas definisi femininitas dan menantang norma gender yang membatasi perempuan. Penelitian ini berkontribusi pada studi tentang gender, media, dan representasi dengan menganalisis bagaimana industri periklanan merespons dan merefleksikan perubahan sosial terkait peran dan potensi perempuan dalam masyarakat.
Hal. 9-19	
Kata Kunci: Gender; Iklan; Maskulinitas; Perempuan; Representasi.	
Keywords: Gender; Advertising; Masculinity; Women; Representation.	ABSTRACT <i>Advertising has a big influence in shaping people's perceptions and views on various issues, including gender and the role of women. This research analyzes the representation of women's masculinity in the Sasa Melezatkan advertisement entitled "Versatile Women" using Charles Sanders Peirce's semiotic approach. By analyzing visual signs such as the appearance, movements and activities of women shown in advertisements, this research reveals that these advertisements strongly represent women's masculinity in various fields that challenge traditional gender stereotypes. Semiotic analysis reveals that this advertisement features women in roles such as professional athletes, business leaders, and skilled racers, redefining the concept of femininity and breaking down the boundaries of gender</i>

roles that have been considered rigid. The representation of female masculinity in this advertisement is a statement to expand the definition of femininity and challenge gender norms that limit women. This research contributes to studies on gender, media and representation by analyzing how the advertising industry responds to and reflects social changes regarding the role and potential of women in society.

PENDAHULUAN

Iklan memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk persepsi dan pandangan masyarakat. Sebagai media komunikasi massa yang menjangkau audiens luas, iklan tidak hanya berfungsi untuk mempromosikan produk atau jasa, tetapi juga menyampaikan pesan dan nilai-nilai tertentu (Hastuti, 2013). Melalui penggunaan citra, simbol, dan narasi yang disajikan, iklan dapat membentuk dan memperkuat stereotip, norma sosial, serta persepsi masyarakat tentang berbagai isu, termasuk gender dan peran perempuan. Selama bertahun-tahun, iklan telah memainkan peran dalam mempromosikan dan melestarikan stereotip gender tradisional. Banyak iklan menggambarkan perempuan dalam peran domestik, seperti ibu rumah tangga atau objek seksual, sementara laki-laki ditampilkan sebagai pencari nafkah, pemimpin, dan figur otoritas. Representasi ini mencerminkan dan sekaligus memperkuat persepsi masyarakat bahwa perempuan lebih cocok di ranah domestik dan memiliki peran yang terbatas dalam kehidupan publik.

Namun, seiring berjalannya waktu, iklan juga memiliki potensi untuk mendobrak stereotip dan mendorong perubahan persepsi masyarakat (Mutiarra, 2022). Beberapa iklan mulai menampilkan representasi perempuan yang lebih kuat, mandiri, dan maskulin. Perempuan digambarkan sebagai pemimpin, atlet profesional, atau sosok yang mampu mengatasi tantangan dengan kekuatan dan ketegasannya sendiri. Representasi ini dapat membantu mengubah persepsi masyarakat tentang peran dan kemampuan perempuan, serta mempromosikan kesetaraan gender.

Dalam beberapa dekade terakhir, terjadi pergeseran signifikan dalam cara perempuan direpresentasikan dalam media, termasuk periklanan, film, dan televisi (Ghani, 2020). Pergeseran ini merupakan hasil dari perjuangan gerakan feminis yang memperjuangkan kesetaraan gender dan mendobrak stereotip tradisional. Gerakan ini telah mendorong perubahan dalam cara masyarakat memandang peran dan potensi perempuan, serta bagaimana mereka seharusnya direpresentasikan dalam media (Darwis & Ismail, 2018). Salah satu pergeseran penting adalah munculnya representasi perempuan dalam peran-peran yang sebelumnya didominasi oleh laki-laki. Misalnya, semakin banyak film dan serial TV yang menampilkan perempuan sebagai tokoh utama yang kuat, mandiri, dan berpengaruh dalam berbagai profesi seperti bisnis, politik, militer, dan bidang-bidang lain yang dahulu dianggap maskulin (Kartika, 2015). Karakter-karakter ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki kemampuan yang sama dengan laki-laki dalam menghadapi tantangan dan mencapai kesuksesan. Selain itu, representasi perempuan dalam iklan juga mulai bergeser. Beberapa iklan kini menampilkan perempuan sebagai sosok yang independen, berdaya, dan mampu mengatasi masalah tanpa bergantung pada laki-laki. Mereka digambarkan sebagai profesional sukses, atlet, atau pemimpin yang kuat. Iklan-iklan ini berusaha melepaskan perempuan dari stereotip tradisional dan menunjukkan bahwa mereka dapat menjalani peran-peran yang sebelumnya dianggap maskulin dengan baik.

Selain itu, terdapat juga tren yang menarik dalam representasi perempuan sebagai individu yang mampu menjalani peran ganda sebagai ibu dan pekerja. Iklan-iklan ini menggambarkan perempuan yang berhasil menyeimbangkan tanggung jawab domestik dan karir, serta menunjukkan kekuatan dan ketangguhannya dalam mengelola berbagai tuntutan tersebut (Wicaksono, 2012). Representasi ini berusaha merefleksikan realitas yang dialami oleh banyak perempuan modern, di mana mereka harus menjalani peran ganda dalam kehidupan mereka. Dalam konteks pembahasan ini, konsep maskulinitas perempuan merujuk pada kualitas atau karakteristik yang secara tradisional diasosiasikan dengan laki-laki atau maskulinitas, namun dimiliki atau ditampilkan oleh

perempuan. Maskulinitas perempuan mencakup sifat-sifat seperti kekuatan, kemandirian, kepercayaan diri, ketegasan, dan kemampuan untuk mengambil kendali dalam situasi tertentu. Ini berbeda dengan femininitas yang sering dikaitkan dengan kelembutan, keibuan, dan sifat-sifat yang lebih pasif.

Dalam masyarakat patriarki, maskulinitas telah lama dianggap sebagai kualitas yang lebih tinggi dan lebih dihargai daripada femininitas (Dinurriyah & Jannah, 2022). Oleh karena itu, ketika perempuan menampilkan sifat-sifat maskulin, hal ini dapat dipandang sebagai tantangan terhadap norma gender yang mapan. Maskulinitas perempuan dapat dilihat sebagai upaya untuk mendobrak stereotip tradisional dan mencapai kesetaraan dengan laki-laki dalam berbagai aspek kehidupan (Saputra & Sulityani, 2018). Namun, maskulinitas perempuan bukan berarti perempuan menolak atau menghilangkan femininitas mereka. Sebaliknya, ini merupakan kombinasi antara kualitas maskulin dan feminin dalam satu individu. Perempuan yang memiliki maskulinitas dapat tetap mempertahankan sisi feminin mereka, seperti kelembutan atau keibuan, sambil juga menampilkan kekuatan, kemandirian, dan ketegasan ketika situasi mengharuskan hal tersebut. Penting untuk dicatat bahwa maskulinitas perempuan tidak selalu berarti bahwa perempuan harus berperilaku atau berpenampilan seperti laki-laki (Natalie et al., 2022). Maskulinitas perempuan lebih berkaitan dengan kualitas atau karakteristik tertentu yang ditampilkan, bukan dengan mengadopsi peran gender atau stereotip laki-laki secara keseluruhan. Ini adalah tentang membebaskan perempuan dari batasan-batasan gender yang kaku dan memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri secara lebih lengkap.

Munculnya fenomena maskulinitas perempuan tidak terjadi dalam vakum, melainkan didorong oleh berbagai faktor sosial, budaya, dan ekonomi yang saling terkait. Salah satu faktor utama adalah gerakan feminisme dan perjuangan untuk kesetaraan gender (Setiawan, 2019). Gerakan ini telah memperjuangkan hak-hak perempuan, mendobrak stereotip tradisional, dan mendorong perempuan untuk mengeksplorasi peran-peran baru yang sebelumnya didominasi oleh laki-laki. Ini telah membuka jalan bagi perempuan untuk menampilkan kualitas-kualitas maskulin seperti kekuatan, kemandirian, dan kepemimpinan.

Faktor ekonomi juga berperan dalam mendorong maskulinitas perempuan. Semakin banyak perempuan yang memasuki dunia kerja dan mencapai keberhasilan dalam karir mereka, semakin besar pula tuntutan untuk menampilkan kualitas-kualitas seperti ketegasan, kepercayaan diri, dan kemampuan pengambilan keputusan yang tegas, yang seringkali diasosiasikan dengan maskulinitas (Aprilia et al., 2020). Hal ini membantu perempuan untuk bersaing secara setara dengan rekan kerja laki-laki dan mencapai posisi kepemimpinan. Selain itu, perubahan dalam struktur keluarga dan peran gender juga berkontribusi terhadap maskulinitas perempuan. Semakin banyak keluarga yang menganut pola ganda, di mana kedua orang tua bekerja dan berbagi tanggung jawab dalam mengurus rumah tangga. Dalam situasi seperti ini, perempuan sering kali harus menampilkan kualitas-kualitas maskulin seperti kekuatan, ketegasan, dan kemampuan multitasking untuk mengelola berbagai tanggung jawab secara efektif. Faktor budaya dan media massa juga memainkan peran dalam mendorong maskulinitas perempuan. Semakin banyak tokoh perempuan kuat dan mandiri yang direpresentasikan dalam film, serial TV, dan iklan, semakin besar pula pengaruhnya terhadap persepsi masyarakat tentang peran dan kualitas perempuan. Representasi ini dapat membantu menormalkan maskulinitas perempuan dan mendorong perempuan untuk mengekspresikan sisi maskulin mereka tanpa rasa malu atau kecemasan.

Munculnya fenomena maskulinitas perempuan telah membawa dampak dan pengaruh yang signifikan dalam masyarakat. Salah satu dampak utama adalah adanya pergeseran dalam persepsi dan ekspektasi terhadap peran perempuan. Maskulinitas perempuan telah mendobrak stereotip tradisional yang membatasi perempuan pada peran domestik semata. Perempuan kini dilihat sebagai sosok yang mampu menjalani peran-peran yang sebelumnya didominasi oleh laki-laki, seperti pemimpin bisnis, politikus, atau atlet profesional. Maskulinitas perempuan juga telah membuka peluang baru bagi perempuan dalam berbagai sektor kehidupan. Dengan menampilkan kualitas-kualitas seperti kekuatan, kemandirian, dan kepemimpinan, perempuan kini memiliki akses

yang lebih besar terhadap pendidikan, pekerjaan, dan posisi kepemimpinan yang sebelumnya sulit dijangkau. Ini telah meningkatkan partisipasi perempuan dalam bidang-bidang yang dulu didominasi laki-laki, seperti STRM (Sains, Teknologi, Rekayasa, dan Matematika) serta bidang militer dan keamanan.

Maskulinitas perempuan telah berkontribusi dalam mempromosikan kesetaraan gender dan memberikan perempuan lebih banyak pilihan dalam mengekspresikan diri mereka. Ini telah membantu membongkar norma dan batasan gender yang kaku, serta memberikan ruang bagi perempuan untuk mengembangkan potensi mereka secara lebih utuh tanpa harus terjebak dalam stereotip sempit. Maskulinitas perempuan juga telah mendorong diskusi dan refleksi yang lebih mendalam tentang konsep gender dan bagaimana masyarakat dapat menjadi lebih inklusif dan adil bagi semua individu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi maskulinitas perempuan dalam iklan Sasa Melezatkan yang berjudul Perempuan Serba Bisa dengan cara menganalisis tanda-tanda yang terdapat dalam setiap scene film tersebut, sehingga dapat mengungkap makna kritik sosial yang terkandung di dalamnya.

METODE PENELITIAN


Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami makna dalam iklan Sasa Melezatkan berjudul "Perempuan Serba Bisa". Tujuannya adalah menganalisis bagaimana iklan ini menggambarkan maskulinitas perempuan. Untuk menganalisis makna, peneliti menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce. Peirce mengatakan bahwa makna muncul dari interaksi tiga hal: tanda (seperti kata atau gambar), objek (apa yang diwakili tanda), dan interpretan (pemahaman yang muncul di benak kita) (Kartini et al., 2022). Dengan menggabungkan semiotika Peirce dan penelitian kualitatif, studi ini tidak hanya memahami iklan, tetapi juga bagaimana media menunjukkan perubahan peran gender di masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Temuan

Penelitian menggunakan teori Charles Sanders Peirce sebagai pendukung dalam menganalisis adegan pada film Sasa, maka peneliti memberikan data berupa potongan gambar, dengan cara screen shoot iklan di Youtube yang mengandung penggambaran maskulinitas perempuan dalam iklan yang dapat disaksikan di channel Youtube Sasa Melezatkan dengan judul Perempuan Serba Bisa.


Scene 1 (0:10)	
Sign: 	Objek: Seorang atlet perempuan sedang pemanasan sebelum bertanding tenis dengan menggunakan tali elastis.
Interpretan: Penggunaan tali elastis menunjukkan pendekatan terstruktur, ia tidak hanya berlatih, tetapi melakukannya dengan alat yang tepat, mengindikasikan pemahaman mendalam tentang kebutuhan tubuhnya. Sebagai seorang atlet perempuan, tanda ini mengandung makna tentang pemberdayaan dan kesetaraan gender. Di dunia yang sering didominasi laki-laki, kehadirannya di lapangan menantang stereotip, menyatakan bahwa arena olahraga terbuka untuk semua.	

Scene 2 (0:12)	
<p>Sign:</p> 	<p>Objek: Seorang atlet perempuan sedang mengusap keringat</p>
<p>Interpretan: Keringat di dahi, ikon dedikasi dan etos kerja yang intens. Keringat bukanlah sesuatu yang harus disembunyikan, melainkan bukti dari kerja keras dan dedikasi. Tindakan mengusap keringat menjadi tanda kehormatan, menunjukkan bahwa ia telah memberikan segalanya dalam latihannya. Ini bukan tanda kelemahan, melainkan lambang kekuatan dan komitmen. Keringat dan tindakan mengusapnya merefleksikan pengalaman manusia yaitu kelelahan, ketidaknyamanan, kebutuhan akan kenyamanan.</p>	

Scene 3 (0:14)	
<p>Sign:</p> 	<p>Objek: Seorang atlet perempuan sedang mengepalkan tangan</p>
<p>Interpretan: Pakaian olahraga yang ketat, menekankan bentuk otot daripada femininitas. Postur tubuh yang tegap, lengan dan bahu yang terlihat berotot, menandakan kekuatan fisik. Kepalan tangan, secara universal, melambangkan tekad, seolah-olah ia sedang menggenggam semua ambisi dan tekadnya. Ini bukan sekadar gerakan fisik, tetapi manifestasi dari keadaan mentalnya, fokus, tegas, dan siap menghadapi tantangan apa pun yang akan datang. Pakaian olahraganya yang ketat bukan tentang memamerkan tubuh untuk daya tarik seksual, melainkan alat fungsional yang menekankan bentuk otot. Ini membalikkan narasi tradisional di mana tubuh perempuan sering diobjektifikasi. Di sini, ototnya adalah yang ditonjolkan, simbol dari kekuatan dan kapabilitasnya. Dalam konteks ini, femininitas tidak didefinisikan oleh kelembutan atau keanggunan, tetapi oleh kekuatan dan ketahanan. Postur tubuhnya yang tegap, dengan lengan dan bahu yang terlihat berotot, lebih jauh mempertajam interpretasi ini.</p>	

Scene 4 (0:19 – 0:21)	
<p>Sign:</p>	<p>Objek: seorang perempuan yang melakukan <i>upcycle</i> dengan menggunakan perkakas.</p>

 <p>EMANG PEREMPUAN BISA?</p>	
 <p>BERDIRI DI ATAS KAKI SENDIRI</p>	
<p>Interpretan: Penggunaan perkakas, alat yang secara stereotip diasosiasikan dengan pekerjaan laki-laki, menandakan bahwa ia tidak membatasi diri pada peran gender tradisional. Ia mengambil alih kendali atas lingkungannya, menggunakan keterampilan teknis untuk mengubah dan memperbaiki, bukan hanya menerima apa yang diberikan kepadanya. Dalam banyak budaya, perbaikan, pertukangan, dan pekerjaan manual sering dianggap tidak cocok atau terlalu sulit untuk perempuan. Namun, dengan cekatan menggunakan perkakas, ia membongkar mitos ini. Ia menunjukkan bahwa keterampilan tidak ditentukan oleh gender, tetapi oleh minat dan usaha.</p>	

Scene 5 (0:24)	
<p>Sign:</p>  <p>BISA JADI PEMIMPIN TANPA MELUPAKAN JATI DIRI?</p>	<p>Objek: seorang creative leader perempuan yang sedang memimpin rapat dengan 2 anggota laki-laki.</p>
<p>Interpretan: Di dunia kreatif yang sering didominasi laki-laki, khususnya di posisi kepemimpinan, pandangan ini menandakan perubahan paradigma. Ini bukan sekadar rapat, tetapi momen simbolis di mana hierarki tradisional dibalik. Perempuan ini tidak hanya hadir atau berpartisipasi; dia memimpin, mengarahkan alur diskusi dan keputusan.</p>	

Scene 6 (0:33)	
<p>Sign:</p>	<p>Objek: Seorang pembalap mobil perempuan yang sedang berlatih drifting.</p>



Interpretan: Dari scene ini mengirimkan pesan bahwa dia bukan sekadar partisipan dalam olahraga ini, tetapi seorang praktisi yang serius, berusaha menguasai salah satu teknik paling menantang. Tindakannya menandakan bahwa perempuan tidak hanya mampu bersaing dalam balapan, tetapi juga dapat unggul dalam disiplin yang paling teknis dan berisiko. Dalam budaya mobil yang didominasi laki-laki, perempuan sering digambarkan secara reduktif sebagai "grid girl", model sampul, atau sekadar penggemar. Di sini, melalui awan asap ban dan suara mesin yang mengaum, dia membantah stereotip-stereotip itu. Drifting-nya adalah pernyataan: dia bukan hiasan di arena balap, tetapi pemain utama.

B. Pembahasan

Scene 1

Pada scene 1 terlihat seorang atlet perempuan sedang melakukan pemanasan sebelum bertanding tenis dengan menggunakan tali elastis. Ini adalah tanda yang kuat, menggambarkan dedikasi, disiplin, dan profesionalisme. Pemanasan bukan sekadar rutinitas, tetapi ritual yang membangun fokus dan mempersiapkan tubuh untuk tantangan di depan. Penggunaan tali elastis menunjukkan pendekatan terstruktur. Ia tidak hanya berlatih, tetapi melakukannya dengan alat yang tepat, mengindikasikan pemahaman tentang kebutuhan tubuhnya. Sebagai seorang atlet perempuan, tanda ini mengandung makna tentang pemberdayaan dan kesetaraan gender. Di dunia yang sering didominasi laki-laki, kehadirannya di lapangan menantang stereotip, menyatakan bahwa arena olahraga terbuka untuk semua. Dalam konteks tenis, olahraga yang memadukan kekuatan dan keanggunan, interpretan akhirnya berevolusi menjadi keseimbangan yang indah antara kekuatan dan kelembutan. Gerakan lenturnya dengan tali elastis menyiratkan fleksibilitas, sementara ketegangan tali menunjukkan kekuatan. Ini merefleksikan sifat ganda femininitas modern: lembut namun tangguh, anggun namun kuat. Di tengah lapangan tenis, ia bukan hanya atlet yang siap bertanding, tetapi juga ikon yang mendefinisi ulang apa artinya menjadi perempuan dalam olahraga dan secara lebih luas dalam masyarakat.

Scene 2

Pada scene 2 terlihat seorang atlet perempuan sedang mengusap keringat. Keringat dapat dimaknai sebagai bukti dari kerja keras dan dedikasi. Tindakan mengusap keringat menjadi tanda kehormatan, menunjukkan bahwa ia telah memberikan segalanya dalam latihannya. Ini bukan tanda kelemahan, melainkan lambang kekuatan dan komitmen. Keringat dan tindakan mengusapnya merefleksikan aspek-aspek universal pengalaman manusia yaitu kelelahan, ketidaknyamanan, kebutuhan akan kenyamanan. Dalam dunia olahraga yang sering menampilkan atlet sebagai sosok superhero, gestur sederhana ini memmanusiakan dia, membuatnya lebih mudah diidentifikasi dan dikagumi. Lebih jauh lagi, sebagai atlet perempuan, tindakan tersebut menghasilkan interpretan yang kuat tentang mempertanyakan standar ganda dalam olahraga. Selama bertahun-tahun, atlet perempuan sering diharapkan untuk tetap "feminin" dan "rapi" bahkan dalam kompetisi, seolah-olah keringat dan usaha mengurangi daya tarik mereka. Namun, dengan berani menampilkan keringatnya, ia menantang gagasan bahwa atlet perempuan harus menyembunyikan bukti kerja keras mereka. Ini menjadi pernyataan pemberdayaan, menyatakan bahwa keindahan sejati seorang perempuan tidak terlepas dari usahanya.

Scene 3

Pada scene 3 terlihat seorang atlet perempuan sedang mengepalkan tangan. Kepalan tangan dapat melambangkan tekad, seolah-olah ia sedang menggenggam semua ambisi dan tekadnya. Ini bukan sekadar gerakan fisik, tetapi manifestasi dari keadaan mentalnya, fokus, tegas, dan siap menghadapi tantangan apa pun yang akan datang. Pada scene ini juga terlihat atlet tersebut menggunakan pakaian olahraga yang ketat. Pakaian olahraganya yang ketat bukan tentang memamerkan tubuh untuk daya tarik seksual, melainkan alat fungsional yang menekankan bentuk otot. Ini membalikkan narasi tradisional di mana tubuh perempuan sering diobjektifikasi. Di sini, ototnya adalah yang ditonjolkan, simbol dari kekuatan dan kapabilitasnya. Dalam konteks ini, femininitas tidak didefinisikan oleh kelembutan atau keanggunan, tetapi oleh kekuatan dan ketahanan. Postur tubuhnya yang tegap, dengan lengan dan bahu yang terlihat berotot, lebih jauh mempertajam interpretasi ini. Ini bukan pose yang biasanya diasosiasikan dengan femininitas tradisional, yang sering digambarkan dengan bahu yang turun dan postur yang lebih lembut. Sebaliknya, ia mengambil postur yang biasanya dianggap 'maskulin', tegap, berotot, mengintimidasi. Dengan melakukannya, ia secara efektif menantang dikotomi gender dalam bahasa tubuh, menyatakan bahwa kekuatan fisik bukan domain eksklusif laki-laki. Akhirnya, gabungan dari kepalan tangan, pakaian yang menekankan otot, dan postur yang kuat menghasilkan interpretasi tentang redefinisi kecantikan dan identitas perempuan dalam olahraga. Ia tidak berusaha menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang ditetapkan masyarakat. Sebaliknya, ia mendefinisikan ulang apa yang berarti menjadi cantik dan feminin. Kecantikannya terletak pada kekuatan fisiknya, pada ototnya yang terbentuk dari ribuan jam latihan. Dalam paradigma baru ini, femininitas tidak bertentangan dengan kekuatan, tetapi justru diungkapkan melaluinya.

Scene 4

Scene 4 menampilkan seorang perempuan yang melakukan *upcycle* dengan menggunakan perkakas. *Upcycling* adalah proses mengubah barang-barang bekas atau sampah menjadi produk baru yang memiliki nilai dan kualitas lebih tinggi daripada bahan aslinya. Penggunaan perkakas, alat yang secara stereotip diasosiasikan dengan pekerjaan laki-laki, menandakan bahwa ia tidak membatasi diri pada peran gender tradisional. Ia mengambil alih kendali atas lingkungannya, menggunakan keterampilan teknis untuk mengubah dan memperbaiki, bukan hanya menerima apa yang diberikan kepadanya. Dalam banyak budaya, perbaikan, pertukangan, dan pekerjaan manual sering dianggap tidak cocok atau terlalu sulit untuk perempuan. Namun, dengan cekatan menggunakan perkakas, ia membongkar mitos ini. Ia menunjukkan bahwa keterampilan tidak ditentukan oleh gender, tetapi oleh minat dan usaha. Ini adalah undangan bagi perempuan lain untuk memasuki ruang yang mungkin mereka rasa terlarang, mendorong ekspansi dari apa yang dianggap 'pekerjaan perempuan'. Jadi, dalam tindakan sederhana *upcycling* barang dengan perkakas, perempuan ini menjadi ikon multidimensi. Ia adalah pejuang lingkungan, pendobrak gender, dan seniman transformatif. Melalui karyanya, ia mengundang kita untuk memikirkan kembali tidak hanya barang-barang di sekitar kita, tetapi juga asumsi yang kita miliki tentang kemampuan, peran, dan sifat dasar kreativitas itu sendiri.

Scene 5

Scene 5 menampilkan seorang creative leader perempuan yang sedang memimpin rapat dengan anggota tim laki-laki. Di dunia kreatif yang sering didominasi laki-laki, khususnya di posisi kepemimpinan, pemandangan ini menandakan perubahan paradigma. Ini bukan sekadar rapat, tetapi momen simbolis di mana hierarki tradisional dibalik. Perempuan ini tidak hanya hadir atau berpartisipasi, dia memimpin, mengarahkan alur diskusi dan keputusan. Kepemimpinan sering digambarkan dengan ciri-ciri yang dianggap maskulin, tegas, kompetitif, mungkin bahkan agresif. Namun, sebagai creative leader perempuan, ia berpotensi membawa pendekatan yang berbeda. Mungkin ada penekanan lebih pada kolaborasi daripada kompetisi, pada mendengarkan dan memberdayakan daripada mendominasi. Dalam hal ini, ia tidak hanya membuktikan bahwa perempuan dapat memimpin dalam mode tradisional, tetapi juga

mendefinisikan ulang apa artinya menjadi pemimpin yang efektif di abad ke-21. Posisinya bukan hanya pencapaian pribadi; ia menjadi model peran dan pembuka jalan. Setiap ide yang dia utarakan, setiap keputusan yang dia buat, memiliki bobot ganda. Di satu sisi, mereka membentuk proyek kreatif yang sedang dibahas. Di sisi lain, dan mungkin yang lebih penting, mereka membentuk persepsi tentang kapasitas kepemimpinan perempuan di industri ini. Keberhasilannya tidak hanya diukur dari kampanye yang dihasilkan, tetapi juga dari pintu yang dia buka untuk generasi creative leader perempuan berikutnya. Setiap rapat yang dia pimpin adalah argumen yang kuat bagi perusahaan lain untuk mempercayakan inisiatif kreatif mereka yang paling berani kepada bakat perempuan. Melalui kepemimpinannya, dia menegaskan bahwa inovasi dan pengaruh bukan hak istimewa gender, tetapi hak dari mereka yang memiliki visi, terlepas dari siapa mereka.

Scene 6

Scene 6 menampilkan seorang pembalap mobil perempuan yang sedang berlatih *drifting*. *Drifting* merupakan seni mengendalikan mobil dalam kondisi *oversteer* yang terkontrol. Melihatnya berlatih *drifting* mengirimkan pesan bahwa dia bukan sekadar partisipan dalam olahraga ini, tetapi seorang praktisi yang berusaha menguasai salah satu teknik paling menantang. Tindakannya menandakan bahwa perempuan tidak hanya mampu bersaing dalam balapan, tetapi juga dapat unggul dalam disiplin yang paling teknis dan berisiko. Dalam budaya mobil yang didominasi laki-laki, perempuan sering digambarkan secara reduktif sebagai "*grid girl*", model sampul, atau sekadar penggemar. Di sini, melalui awan asap ban dan suara mesin yang mengaum, dia membantah stereotip-stereotip itu. *Drifting*-nya adalah pernyataan: dia bukan hiasan di arena balap, tetapi pemain utama. Dalam sejarah panjang balap mobil dan budaya otomotif, cerita dominan telah ditulis oleh dan tentang laki-laki. Perempuan, jika disebutkan, sering muncul sebagai catatan kaki atau anomali. Namun, setiap tikungan yang dia ambil, setiap kali ban berderit melawan aspal, dia sedang menulis ulang narasi itu. Dia tidak hanya menambahkan bab baru tentang perempuan dalam olahraga ini; dia secara aktif mendefinisikan ulang karakternya. Dalam praktiknya, ada penegasan bahwa perempuan bukan hanya pengikut atau pengecualian dalam dunia balap, tetapi dapat dan akan menjadi inovator, mendorong batasan teknis dan budaya. Melalui keterampilannya, dia tidak hanya mencari kemenangan di lintasan, tetapi juga kemenangan kultural, pengakuan bahwa dalam dunia otomotif, perempuan bukan hanya dapat berpartisipasi, tetapi juga dapat mendefinisikan masa depannya.

Melalui analisis semiotika terhadap enam scene dalam iklan Sasa Melezatkan "Perempuan Serba Bisa", penelitian ini mengungkap representasi maskulinitas perempuan yang kuat dan multi-dimensi. Setiap scene menyajikan tanda-tanda yang menantang stereotip gender tradisional dan mendefinisikan ulang konsep femininitas. Scene 1 dan 2 menampilkan atlet perempuan yang kuat, disiplin, dan profesional, menantang persepsi bahwa olahraga adalah domain laki-laki. Scene 3 memvisualisasikan kekuatan fisik dan tekad mental melalui penampilan atlet yang berotot dan kepalan tangan, meredefinisikan standar kecantikan perempuan. Scene 4 menunjukkan perempuan yang terampil menggunakan perkakas, wilayah yang seringkali dianggap maskulin, mengundang ekspansi dari apa yang dianggap "pekerjaan perempuan". Scene 5 menampilkan seorang creative leader perempuan memimpin rapat tim, mendobrak hierarki tradisional dan mendefinisikan ulang kepemimpinan yang efektif. Terakhir, Scene 6 menampilkan pembalap perempuan yang menguasai drifting, teknik yang menantang dalam balap mobil, mengklaim posisinya sebagai pemain utama di arena yang didominasi laki-laki dan mendorong batasan teknis serta budaya. Secara keseluruhan, analisis ini mengungkapkan bagaimana iklan Sasa Melezatkan "Perempuan Serba Bisa" menjadi wadah untuk merepresentasikan maskulinitas perempuan yang dinamis, mendefinisikan ulang norma gender, dan mempromosikan kesetaraan dalam berbagai bidang kehidupan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Iklan Sasa Melezatkan yang berjudul "Perempuan Serba Bisa" merepresentasikan maskulinitas perempuan secara kuat dan mendefinisikan ulang norma gender. Iklan ini menampilkan perempuan dalam berbagai peran yang menantang stereotip tradisional dan mendefinisikan ulang konsep femininitas. Analisis semiotika mengungkapkan bahwa iklan ini merepresentasikan maskulinitas perempuan yang multi-dimensi, seperti atlet profesional, pemimpin bisnis, serta pembalap handal. Iklan ini menampilkan perempuan yang unggul dalam berbagai bidang yang sebelumnya didominasi oleh laki-laki, menantang stereotip dan mendefinisikan ulang peran perempuan dalam masing-masing bidang tersebut.

Representasi maskulinitas perempuan dalam iklan Sasa "Perempuan Serba Bisa" menjadi pernyataan yang mendefinisikan ulang konsep femininitas dan mendobrak batasan peran gender yang selama ini dianggap kaku. Iklan ini mengajak masyarakat untuk memikirkan kembali pemahaman tentang kemampuan dan potensi perempuan dalam berbagai bidang kehidupan. Secara keseluruhan, analisis terhadap iklan ini mengungkapkan bahwa iklan Sasa Melezatkan "Perempuan Serba Bisa" berperan dalam mendorong perubahan persepsi masyarakat dan membantu mendobrak stereotip gender yang membatasi perempuan. Representasi maskulinitas perempuan dalam iklan ini menjadi pernyataan untuk memperluas definisi femininitas dan menantang norma gender tradisional yang selama ini berlaku dalam masyarakat.

REFERENSI

- Aprilia, B., Surya, F. M., & Pertiwi, M. S. (2020). Analisis Pergeseran Makna Partisipasi Politik Perempuan Berdasarkan Karakteristik Feminitas dan Maskulinitas dalam Kepemimpinan Perempuan: Studi Kasus Penanganan COVID-19 di Jerman, Selandia Baru, dan Taiwan. *Jurnal Sentris*, 1(2), 91–108.
- Darwis, A., & Ismail, T. (2018). Citra perempuan dalam iklan sabun media elektronik (Kajian feminisme). *Prosiding Seminar Nasional Dies Natalis UNM Ke 57*, 71–79.
- Dinurriyah, I. S., & Jannah, R. (2022). *Maskulinitas versus femininitas: tradisi Matahari dan tradisi Bulan pada Novel Brida karya Paulo Coelho*.
- Fanasca, M. (2023). Female Masculinity and the Business of Emotions in Tokyo. In *Female Masculinity and the Business of Emotions in Tokyo*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003449539>
- Ghani, M. A. (2020). Representasi Kesetaraan Gender pada Iklan Pil KB Andalan Versi Dapur di Televisi. *Jurnal ISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 17(1), 25–37.
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas iklan layanan masyarakat di televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 67–72.
- Kartika, B. A. (2015). Mengapa Selalu Harus Perempuan: Suatu Konstruksi Urban Pemenjaraan Seksual Hingga Hegemoni Maskulinitas dalam Film Soekarno. *Journal of Urban Society's Arts*, 2(1), 35–54.
- Kartini, K., Deni, I. F., & Jamil, K. (2022). REPRESENTASI PESAN MORAL DALAM FILM PENYALIN CAHAYA: ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE. *SIWAYANG Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 1(3), 121–130.
- Mbah, N. L. (2017). Female masculinities, dissident sexuality, and the material politics of gender in early twentieth-century Igboland. *Journal of Women's History*, 29(4), 35–60. <https://doi.org/10.1353/jowh.2017.0050>
- Mutiara, D. (2022). Dekonstruksi Stereotip Maskulin Iklan Produk Kosmetik Dalam Video Iklan Ms Glow for Man# Semuajugabisa. *Medium*, 10(1), 214–234.
- Natalie, M. B., Putra, F. W., & Rossafine, T. D. (2022). Studi Tokoh Utama Film Mulan: Analisis Resepsi terhadap Hegemoni Maskulinitas. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 68–75.
- Pratiwi, M., Nurjuman, H., & Yusanto, Y. (2021). Konstruksi Maskulinitas Perempuan Melawan

- Tindak Kekerasan pada Film Thriller (Analisis Semiotika pada Film Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(02), 138–149.
- Rifai, A., Ahmadi, A., & Rengganis, R. (2022). Laki-laki Madura dalam Kumpulan Esai Madura Niskala Karya Royyan Julian Studi: Maskulinitas. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 8(3).
- Rogeta, D. N., & Gafari, M. O. F. (2023). HEGEMONI MASKULINITAS PADA SINETRON PREMAN PENSIUN SEASON 7. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2(3).
- Safira, H. V. (2020). Representasi Maskulinitas dalam Film 27 Steps of May. *The Commercium*, 3(02), 1–11.
- Saputra, E. R., & Sulityani, H. D. (2018). Representasi maskulinitas dan feminitas pada karakter perempuan kuat dalam serial drama korea. *Interaksi Online*, 6(3), 135–145.
- Setiawan, E. (2019). Studi Pemikiran Fatima Mernissi Tentang Kesetaraan Gender. *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender Dan Anak*, 14(2), 221–244.
- Wahyuningtyas, V. N., & Agustiana, N. D. (2020). Resepsi Mahasiswa Terhadap Maskulinitas melalui Fashion Idol Kpop. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 2(1).
- Wicaksono, I. P. (2012). Representasi Eksploitasi Perempuan dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2).