

ABSTRACT

Women in the mass media have always been an interesting discussion, but for years women in the media have been depicted as only objects of sexuality and only doing domestic things. The way to change this stigma is by displaying advertisements from large companies, one of which is Gopay.

The research method used is a qualitative research method with a semiotic study by Roland Barthes to analyze the meaning contained in each scene in the advertisement. The data collection technique is done by using documentation technique and study technique. The data analysis technique was carried out by identifying ad scenes, then analyzed by Roland Barthes' semiotic model, and the meaning process was in accordance with the theory used.

Based on the results of the research, it shows that in this advertisement there is a denotative meaning for the presence of Pevita Pearce's figure as an advertising model that uses a moderate skin game, the meaning of the connotation is shown by the color of the skin used, which is dominated by gold, which describes elegance, blue elegance, and Pevita's actions. attacking the narrator describes strength, the meaning of the myth is intended to be achievers and is presented by the media with a very positive side.

Recommendations that can be given by researchers as input are that they should be used as references, for example in ideas in the process of making creative advertisements and displaying positive values, especially women in the advertising industry.

Keywords: Semiotics. Advertisement. Women.

ABSTRAK

Perempuan dalam media massa selalu menjadi pembahasan yang menarik, namun bertahun-tahun perempuan dimedia digambarkan hanya sebagai objek seksualitas dan hanya melakukan hal-hal domestik saja. Cara untuk mengubah stigma tersebut adalah dengan cara memunculkan iklan dari perusahaan besar salah satunya adalah Gopay.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan studi semiotika Roland Barthes untuk menganalisis makna yang terdapat dalam setiap *scene* dalam iklan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi dan teknik studi. Teknik analisis data yang dilakukan dengan mengidentifikasi *scene-scene* iklan, kemudian dianalisis dengan model semiotika Roland Barthes, dan proses pemaknaan sesuai dengan teori yang digunakan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam iklan ini terdapat makna denotasi hadirnya sosok Pevita Pearce sebagai model iklan yang menggunakan salah satu *skin game* yang sedang, makna konotasi ditunjukkan dengan warna *skin* yang digunakan didominasi warna emas yang menggambarkan keelganan, warna biru keanggunan, dan aksi Pevita yang menyerang narator menggambarkan kekuatan, makna mitos ditunjukkan bisa berprestasi dan ditampilkan oleh media dengan sisi yang sangat positif.

Rekomendasi yang bisa diberikan peneliti sebagai bahan masukan ialah hendaknya menjadi acuan, contoh dalam ide pada proses pembuatan iklan yang kreatif dan menampilkan nilai-nilai positif khususnya perempuan dalam industri periklanan.

Kata Kunci: Semiotika. Iklan. Perempuan.