

ABSTRAK

Hadirnya pemberdayaan perempuan disebabkan adanya ketidakadilan gender yang dialami oleh kaum perempuan dalam mewujudkan impian hingga cita-citanya. Upaya pemberdayaan perempuan diperlukan untuk mewujudkan relasi yang sejajar bagi kaum laki-laki dan kaum perempuan diseluruh bidang kehidupan. Hal ini menjadikan perusahaan periklanan untuk memproduksi karya iklan dengan isu pemberdayaan perempuan. Perusahaan Grab menayangkan iklan GrabCar versi #AmanUntukSemua yang memuat representasi pemberdayaan perempuan yang disampaikan oleh keempat tokoh perempuan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan paradigma kritis dengan teknik analisis semiotika Roland Barthes. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana makna denotasi, konotasi, dan mitos dari representasi pemberdayaan perempuan. Hasil penelitian mengungkapkan keresahan orang tua yang masih menganut sistem patriarki dimana melarang untuk beraktivitas keluar rumah untuk bekerja di ranah publik saat malam hari karena berbahaya dan tidak cukup aman bagi kaum perempuan. Hal ini berdampak pada terhalangnya akses dan kontrol kaum perempuan untuk meningkatkan kemampuan dan kepercayaan dirinya. Oleh sebab itu, keempat perempuan dalam iklan ini tidak menyetujui pandangan patriarki dengan menyuarakan upaya pemberdayaan perempuan dengan wujudkan impiannya seperti dengan melakukan pekerjaan di ranah publik.

Kata Kunci: iklan GrabCar, representasi, pemberdayaan perempuan, ketidakadilan gender, semiotika Roland Barthes