

ABSTRAK

Fenomena perempuan sebagai ibu yang bekerja dan mendidik anak memiliki tantangan tersendiri. Seorang ibu dituntut untuk menjaga komunikasi dengan anaknya dan juga bersikap profesional dalam bekerja. Ibu dapat menjadi kepala keluarga yang bertanggung jawab atas keluarga, dengan mengatur semua urusan rumah tangga termasuk anak-anak, dan ini menunjukkan pentingnya seorang ibu dalam keluarga selain ayah. Melihat bagaimana perempuan sebagai ibu direpresentasikan dalam sebuah media dan melihat kemajuan representasi seorang ibu, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana media massa seperti iklan di *YouTube* menggambarkan peran seorang ibu. Iklan melalui *YouTube* lebih mudah diakses oleh masyarakat luas dan dalam jumlah yang banyak. Selain itu, pembuatan iklan di *YouTube* akan dapat dinikmati masyarakat dalam waktu yang lebih lama karena durasi videonya lebih lama dibandingkan media sosial atau televisi lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan teori semiotika Roland Barthes. Subyek penelitian berfokus pada representasi peran seorang ibu dalam iklan Dancow versi Bunda Tidak Sempurna Tapi Cinta Bunda Selalu Ada. Peneliti telah membagi 8 scene/adegan untuk mengidentifikasi masalah penelitian. Tujuan peneliti dalam menentukan adegan-adegan tersebut adalah agar sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti menganalisis 8 adegan iklan susu Dancow, versi Bunda Tidak Sempurna Tapi Cinta Bunda Selalu Ada untuk menganalisis representasi peran seorang ibu.

Kata Kunci: Representasi, Roland Barthes, Semiotika, Iklan, Komunikasi