

ABSTRAKSI

Melalui media massa, tayangan iklan merupakan yang paling sarat dengan muatan-muatan ideologis tertentu dan yang paling dekat dengan masyarakat. Iklan ditayangkan secara terus menerus disela-sela acara televisi, maupun disisipkan dalam lembar-lembar artikel (informasi hiburan dan berita) di majalah dan surat kabar, disiarkan ditengah-tengah acara dalam radio, iklan juga dapat kita lihat setiap saat dijalan-jalan (dalam *bild board*). Dengan kata lain iklan terdapat dimana-mana dan merupakan bagian dari masyarakat itu sendiri.

Tampilan perempuan yang cenderung stereotip, seperti dalam iklan Citra Beauty Lotion versi "perpustakaan" dengan stereotip cantik, dan anggun seperti yang digambarkan oleh model utama dalam iklan, dengan sosok perempuan berkulit putih mulus, berambut panjang lurus dan hitam, berbadan sintal serta mengenakan pakaian tanpa lengan dan celana panjang kain sambil membawa tas jinjing. Cerdas dan pendidik, digambarkan seorang perempuan yang senang pergi ke perpustakaan dan mengetahui banyak hal tentang buku yang tentunya identik dengan pengetahuan serta mengajari anak kecil. Keibuan, lemah lembut, sabar dan dekat dengan anak kecil, serta kecantikan yang dimilikinya ditujukan untuk menyenangkan orang lain. Hal-hal tersebut ditunjukkan oleh sikap tokoh utama dalam iklan (seorang gadis) yang dengan sabar membacakan buku dan mengajak anak kecil bercanda, sang anakpun menyukainya, sehingga tokoh lain dalam iklan (seorang pemuda) mengira bahwa dia ibunya, hal ini menandakan bahwa dia memiliki sifat stereotip perempuan yang dikagumi lawan jenisnya. Dan iklan Masako versi "nggak bisa masak" dengan stereotip perempuan sebagai penghuni dapur. Yaitu emosional, tidak rasional (menyelesaikan persoalan dengan menangis), cengeng, pengadu, dan tentunya identik dengan urusan domestik (memasak, dan mengurus suami). Sedangkan citra stereotip keibuan (dengan sabar membimbing sang anak hingga dewasa), telaten atau sabar, dan bijak digambarkan oleh tokoh Ibu dalam iklan. Tampak sekali dari kedua iklan tersebut bahwa penggambaran perempuan di media khususnya iklan masih sangat stereotip.

Stereotipisasi terhadap perempuan merupakan salah satu bentuk manifestasi ketidakadilan akibat bias gender. Karena *stereotipe* merupakan suatu bentuk pelabelan negatif terhadap suatu kelompok, yaitu dengan menggeneralisir kelompok tersebut sehingga berakibat merugikan bagi kelompok tersebut (Yang dimaksud kelompok bisa jadi berupa suku, bangsa, ras, maupun jenis kelamin tertentu), stereotip bahwa perempuan berada diwilayah kanan yaitu pasif, emosional, dekat dengan alam, kurang cerdas, lemah lembut, dan lain-lain. Sedangkan laki-laki diwilayah kiri yaitu aktif, beradab, rasional, kuat, jantan, cerdas dan lain-lain, adanya stereotip semacam ini sering kali menempatkan perempuan pada posisi subordinat dan laki-laki pada kedudukan yang dominan. Stereotipisasi dalam iklan secara tidak langsung dapat mempengaruhi cara berpikir masyarakat setiap saat. Karena iklan yang ditayangkan terus-menerus berpotensi menggiring penonton untuk "harus" mengikuti standard-standard nilai yang disematkan.