UNIVERSITAS GADJAH MADA
REPRESENTASI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM FEMVERTISING DIGITAL (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Representasi Pilar Femvertising Becker-Herby pada Kampanye #RebelTogether oleh Mad for Makeup di Instagram)
Garneta Jeconia Venus Firstynio, Dr. Dian Arymami, S.I.P., M.Hum
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ii
HALAMAN PERSEMBAHAN iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR BAGAN viii
DAFTAR GAMBAR ix
ABSTRAK x
ABSTRACT xi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 12
1.3 Tujuan Penelitian 12
1.4 Manfaat Penelitian 12
1.4.1 Manfaat Teoritis 12
1.4.2 Manfaat Praktis 13
1.5 Kebaruan Penelitian 13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 22
2.1 Kerangka Teori 22
2.1.1 Iklan dan Kampanye Digital 22
2.1.2 Representasi Perempuan dalam Iklan 24
2.1.3 Pemberdayaan Perempuan dan *Femvertising* 27
2.1.4 Semiotika Model Roland Barthes 32
2.2 Kerangka Konsep 39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 42
3.1 Paradigma dan Jenis Penelitian 42
3.1.1 Paradigma Penelitian 42
3.1.2 Jenis Penelitian 43
3.2 Metode Penelitian 44
3.3 Objek Penelitian 46
3.4 Teknik Pengumpulan Data 48
3.4.1 Sumber Primer 48

UNIVERSITAS GADJAH MADA
REPRESENTASI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM FEMVERTISING DIGITAL (Analisis Semiotika Roland Barthes terhadap Representasi Pilar Femvertising Becker-Herby pada Kampanye #RebelTogether oleh Mad for Makeup di Instagram)
Garneta Jeconia Venus Firstynio, Dr. Dian Arymami, S.I.P., M.Hum
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.4.2 Sumber Sekunder 53
3.5 Teknik Analisis Data 54
3.6 Limitasi 59
BAB IV EKSPLORASI MAKNA DAN REPRESENTASI DALAM KAMPANYE *FEMVERTISING #REBELTOGETHER* 60
4.1 Profil Kampanye #*RebelTogether* 60
4.2 Identifikasi Komponen 61
4.3 Identifikasi Tanda 63
4.4 Denotasi dan Konotasi Kampanye #*RebelTogether* 65
4.4.1 Diversitas Perempuan 66
4.4.2 Inklusivitas Perempuan 77
4.4.3 Kapabilitas Perempuan 85
4.4.4 Otonomi Tubuh Perempuan 95
4.4.5 Autentisitas Perempuan 108
4.5 Representasi Pemberdayaan Perempuan dalam Kampanye #*RebelTogether* 115
4.6 *Femvertising* Digital Kampanye #*RebelTogether* 125
4.6.1 Menampilkan Diversitas Perempuan 125
4.6.2 Menyerukan Pesan Pro-Perempuan 128
4.6.3 Mematahkan Stereotip dan Norma Gender, serta Persepsi mengenai Cara Perempuan "Seharusnya" Berperilaku 131
4.6.4 Menampilkan Seksualitas secara Bijak dan Tidak Untuk Memuaskan Pandangan Laki-Laki 134
4.6.5 Menggambarkan Perempuan yang Autentik 136
BAB V PENUTUP 139
5.1 Kesimpulan 139
5.2 Saran 145
DAFTAR PUSTAKA 148
LAMPIRAN 157
Lampiran 1. Identifikasi Komponen dalam Konten *#RebelTogether* Periode Maret 2025 157
Lampiran 2. Identifikasi Tanda dalam Konten Terkurasi *#RebelTogether* Periode Maret 2025 171
Lampiran 3. Representasi Konotatif dalam Kampanye *#RebelTogether* Periode Maret 2025 196