

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana iklan Prochiz ini menggambarkan nilai dedikasi pada ibu bekerja dan ibu rumah tangga, maka peneliti melihat melalui teori representasi Stuart Hall yaitu *Reflective Theory*, *Intentional Theory*, *Constuctionist Theory*, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam iklan yang menyangkut tokoh perempuan biasanya direpresentasikan sangat terbatas, tersubordinasi di wilayah domestik. Representasi digunakan sebagai penggambaran atas realitas sosial yang ada pada masyarakat yang berarti realitas sendiri tersebut hasil dari ciptaan manusia kreatif melalui konstruksi sosial terhadap dunia sosial disekelilingnya. Iklan Prochiz yang tertampilkan di Youtube Keju Prochiz ini tidak hanya mempromosikan produk saja tetapi terdapat makna serta pesan dalam iklan ini. Iklan prochiz versi “Ibu Bekerja atau Ibu Rumah Tangga ini menceritakan dua peran seorang ibu yang berbeda namun keduanya tetap spesial dimata keluarga. Iklan yang berdurasi 3 menit 12 detik ini telah ditonton sebanyak 383.000 kali pada 18 Desember 2024 serta menampilkan *reminder* pada ujung video iklan yakni “tidak semua ibu sama tapi semua ibu spesial” menjadi pengingat bagi para perempuan yang masih mengunggulkan satu peran dibanding lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ibu bekerja direpresentasikan sebagai sosok yang tetap berdedikasi tinggi meskipun dihadapkan pada keterbatasan waktu dan tekanan profesional. Sementara itu, ibu rumah tangga digambarkan memiliki kedekatan emosional yang mendalam dengan anak-anak melalui kehadiran fisik dan kemampuan merawat keluarga secara langsung.

Kata Kunci : Representasi, Nilai Dedikasi, Iklan, Peran Perempuan

ABSTRACT

This study aims to analyze how this Prochiz advertisement illustrates the value of dedication to working mothers and housewives, so researchers look through Stuart Hall's representation theory, namely Reflective Theory, Intentional Theory, Constuctionist Theory, this research uses a qualitative approach. In advertisements that involve female characters, they are usually represented as very limited, subordinated to the domestic sphere. Representation is used as a depiction of the social reality that exists in society, which means that reality itself is the result of creative human creation through social construction of the social world around it. The Prochiz advertisement displayed on Youtube Prochiz Cheese does not only promote products but there are meanings and messages in this advertisement. The Prochiz ad version of "Working Mother or Housewife" tells the story of two different roles of a mother but both are still special in the eyes of the family. This 3-minute 12-second ad has been watched 383,000 times on December 18, 2024 and displays a reminder at the end of the ad video, namely "not all mothers are the same but all mothers are special" to be a reminder for women who still favor one role over another. The results of the study show that working mothers are represented as figures who remain highly dedicated despite facing time constraints and professional pressures. Meanwhile, stay-at-home mothers are described as having a deep emotional closeness with their children through their physical presence and ability to care for their families directly.

Keywords : Representation, Dedication Value, Advertisement, Women's Role