

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Representasi Kesetaraan Gender dalam Iklan Produk Downy Versi “Bersama Downy Harumkan Namamu untuk Bebas Berekspresi” (Analisis Semiotika Roland Barthes), menganalisis representasi kesetaraan gender yang terdapat pada iklan ini, seperti adanya stereotip yang sudah lama di masyarakat tentang perempuan yang memiliki keterbatasan dalam berekspresi. Penelitian ini menggunakan teknik kualitatif dengan metode penelitian semiotika Roland Barthes dengan menganalisis denotasi, konotasi, dan mitos. Data yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari tujuh *scene* yang dianalisis berdasarkan *scene* yang terdapat makna kesetaraan gender yang dikaitkan dengan berbagai teori. Adapun hasil dari penelitian ini yang telah dilakukan analisis terhadap denotasi (makna yang terlihat jelas dalam potongan *scene* dan narasi), konotasi (makna yang tersirat dan subjektif), dan mitos (suatu pemaknaan yang sudah ada sebelumnya) yang terdapat dalam Iklan Produk Downy Versi “Bersama Downy Harumkan Namamu untuk Bebas Berekspresi”. Pada iklan ini Downy menggambarkan perempuan untuk bisa melakukan apapun yang dia inginkan, baik itu sesuatu hal yang biasa dikerjakan oleh laki-laki. Iklan ini juga membuktikan bahwa stereotip yang selama ini ada pada masyarakat yang mengakibatkan perempuan seringkali dibatasi atau dilarang untuk melakukan sesuatu merupakan hal yang kurang tepat, karena perempuan sama halnya dengan laki-laki yang mampu melakukan apapun yang dia inginkan selama itu baik.

***Kata Kunci:*** Representasi, Kesetaraan Gender, Iklan, Semiotika Roland Barthes