

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Iklan merupakan salah satu keberhasilan dari penjualan produk di pasar, dalam iklan sendiri terdapat banyak faktor menunjang yang ditampilkan agar iklan dilihat oleh kalangan luas, perempuan sampai saat ini masih menjadi primadona penarik sebagai objek di bidang periklanan.

Iklan atau advertising menurut Ralph S. Alexander dapat didefinisikan Setiap bentuk komunikasi non personal mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui. Adapun maksud dibayar pada definisi tersebut menunjukkan fakta bahwa ruang atau waktu bagi suatu pesan iklan pada umumnya harus dibeli. Maksud kata nonpersonal berarti suatu iklan melibatkan media massa (Tv, radio, majalah, koran) yang dapat mengirimkan pesan kepada sejumlah besar kelompok individu pada saat bersamaan (Ikawira, 2013:17)

Iklan memiliki tujuan untuk menyampaikan nilai dan informasi dari pruduk yang akan dijual, tetapi dalam perkembangan iklan di zaman ini iklan-iklan banyak keunikan dan kontroversi dikalangan masyarakat, termasuk iklan produk wanita diisi oleh ikon-ikon seperti pria atau makna makna yang tersembunyi di balik gerakan, perkataan dan warna seperti pembelian pembalut wanita yang diperankan oleh pria dalam pembelian produk Laurier Active Day tersebut.

Iklan Laurier Active Day berusaha menghilangkan stigma tabu yang ada pada masyarakat, sampai sekarang ketidakpedulian masyarakat yang ada menimbulkan stigma tabu akan urusan menstruasi khususnya banyak laki-laki yang merasa malu ketika membelikan pembalut untuk pasangan tersayang, begitupun perempuan masih enggan untuk mengungkapkan bahwa mereka sedang masa menstruasi, baik laki-laki maupun perempuan keduanya masih menganggap tabu hal-hal seputar menstruasi.

Produk iklan yang isinya di dalamnya terdapat sudut pandang yang dapat diperoleh melalui pemikiran, pengalaman, interaksi, dan atau usaha dalam hierarki sosial. Menurut Jayanti mengatakan bahwa standpoint “sudut pandang” tidak dapat lepas dari konteks sosial dan konteks politik (Nurohmah, 2018)

Standpoint peran laki-laki tentang simbol dan gender dalam Iklan Laurier Active Day simbol dalam status sosial dapat dikatakan simbol pria sering dihubungkan dengan maskulinitas menunjukkan peran laki-laki yang memandang hal-hal yang tabu yang dipengaruhi oleh posisi gender tersebut hal ini menjadi relevan sebab dengan adanya simbol pada gender yang tadinya adanya ketidaktahuan itu menjadi menyebabkan ketidakpedulian terhadap sesama, namun Iklan Laurier Active Day ini ingin membangun kepedulian kepada wanita atas kaitannya pada dasarnya laki-laki yang enggan menerima hal tabu di lingkungannya sendiri.

Adanya Iklan Laurier Active Day di Indonesia tidak terlepas dari adanya pergeseran budaya masyarakat Indonesia modern yang ada di perkotaan, di mana kebiasaan masyarakat perkotaan saat ini menuntut kepedulian dan membentuk

budaya baru. Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Banyak sub budaya membentuk segmen pasar penting dan pemasar seringkali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Salah satunya perusahaan KAO merek Laurier yang ingin memerankan peran pria pada pembalut wanita (Syafirah, 2017:246)

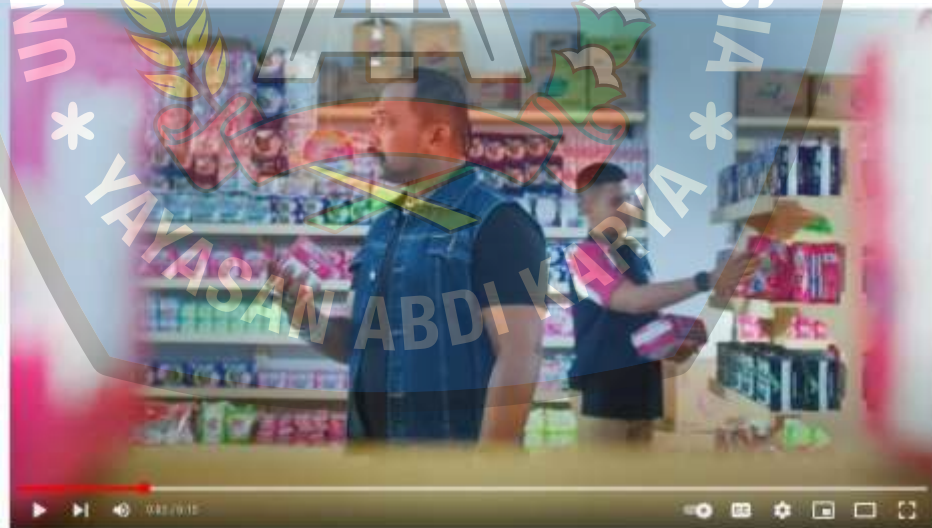
Terjadinya pergeseran budaya itu dari penentu keinginan dan tingkah laku yang tercermin dari cara hidup, kebiasaan, perubahan sosial apabila perubahan yang terjadi pada lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap-sikap dan pola perilaku di antara kelompok dalam masyarakat, antara perubahan sosial dan perubahan kebudayaan memiliki satu aspek yang sama yaitu keduanya bersangkut paut dengan suatu penerimaan cara-cara baru. Perubahan sosial dari semula ketidaktahuan menjadi kepedulian yang diinginkan.

Peran dan status merupakan posisi seseorang di dalam suatu kelompok dimana dia berpartisipasi selama hidupnya dan dilihat dari apa yang mereka konsumsi adapun partisipasi itu berpengaruh pada psikologis yaitu: motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap (Syafirah, 2017:247)

Standpoint peran laki-laki 'Saya' tentang kepedulian terhadap wanita dalam Iklan Laurier Active Day, adanya kepedulian laki-laki membeli pembalut wanita mungkin sebagian laki-laki masih berasumsi, membeli pembalut akan mengurangi maskulinitas mereka. Padahal maskulinitas adalah konstruksi sosial untuk mendefinisikan laki-laki secara biologis. Kepedulian laki-laki upaya untuk meringankan beban perempuan yang menghadapi menstruasi, karena itu

menjelang menstruasi, perempuan merasakan sakit, kembung, sulit berkonsentrasi, mudah lelah, perut membengkak, payudara nyeri, dan *mood swings*.

Seringkali media massa menampilkan gambaran mengenai perempuan, seperti dalam iklan, berita, film, dan lain lain. Tetapi penggambaran perempuan dalam media massa tersebut seringkali digambarkan sangat tipikal. Dalam media massa, perempuan biasanya digambarkan selalu berada di dalam rumah, berperan sebagai ibu rumah tangga, pengasuh anak-anak, hidupnya bergantung pada laki-laki, tidak mampu membuat keputusan yang penting, sebagai objek atau simbol seksual, objek peneguhan pola kerja patriarki, objek pelecehan dan kekerasan, serta menjalankan fungsi sebagai pengonsumsi barang atau jasa dan sebagai alat pembujuk.



Gambar 1. 1 Cuplikan Iklan Laurier Active Day

Dalam iklan tersebut Laurier Active Day menyajikan konsep yang berbeda dari produk pembalut lainnya. Melalui Iklan Laurier Active Day, iklan ini ingin

membuat kepedulian untuk pembelian pembalut yang diperankan laki-laki untuk ditargetkan konsumennya wanita untuk lebih jelas dampak yang lebih luas pengetahuan yang diterima oleh masyarakat. Laurier Active Day juga ingin memperkenalkan aspek baru dalam memilih pembalut, yaitu dengan dipilihnya peran laki laki, yang mengedepankan nilai-nilai pengetahuan yang bersifat tabu, feminim, berani, dan tidak takut. Bahwa peran Laki-laki merupakan penggerak perubahan dalam pengetahuan sebagai setiap langkah yang dilakukan yang dapat memberikan dampak yang luas dan membawa pengetahuan ilmu sesama, dan dunia.



Gambar 1. 2 Cuplikan Iklan Laurier Active Day

Konsep dalam Iklan Laurier Active Day adalah membawa peran dari pria dalam pembelian pembalut wanita untuk orang terkasih mereka, fenomena-fenomena yang terjadi dikalangan masyarakat bahwa pria enggan memiliki sifat feminis dalam kriteria wanita tersebut, menurut Freddy Rangkuti fenomena sosial adalah fakta sosial atau kejadian dari fenomena sosial sebelumnya, dapat disebutkan bahwa fenomena sosial adalah segala sesuatu yang terjadi dalam masyarakat. Terjadinya fenomena sosial ini akan memberikan perubahan sosial

yang mengarah pada sisi negatif atau sisi positif sosial yang terlihat di lingkungan masyarakat. Fenomena sosial ini mampu memberikan gambaran masyarakat secara umum, dari dinamika kelompok sosialnya atau dapat menciptakan intergrasi sosialnya (Hastuti & Kurnia, (2018:25).



Gambar 1. 3 Cuplikan Iklan Laurier Active Day

Tayangan pada iklan dirilis pada tanggal 22 Desember 2022 dapat dilihat bahwa seorang pria yang terpandang gagah, keren, dan rapih sehingga menarik perhatian termasuk peneliti, dalam hal ini Iklan Laurier Active Day menampilkan eksistensi pria proporsional dibandingkan dengan perempuan, berikut tampilan komentar dari masyarakat Iklan Laurier Active Day di media sosial.



Gambar 1. 4 Komentar Youtube di Iklan Laurier Active Day

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibuat, Peneliti merasa tertarik untuk mengetahui fenomena pria dalam pembelian pembalut wanita untuk orang terkasih. Penulis ingin mengulik isi dari Iklan Laurier Active Day yang belum diketahui sebelumnya oleh peneliti lain. Penulis mengharapkan hasil dari penelitian yang sudah dibuat dapat memberikan motivasi, inovasi, dan inspirasi diharapkan iklan di Indonesia dapat memotivasi sekaligus mengangkat fenomena yang terjadi. Diharapkan memberikan informasi dan membujuk konsumen untuk membeli produk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis fenomenologi dengan judul pergeseran budaya pada peran laki-laki dalam pembelian pembalut dalam Iklan Laurier Active Day.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Dari uraian mengenai persoalan pandangan masyarakat terhadap Iklan Laurier Active Day maka penulis mengambil pertanyaan berikut :

Bagaimana terjadinya pergeseran budaya pembelian pembalut dari wanita menjadi peran laki-laki dalam pembelian pembalut wanita?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang penulis rumuskan, penulis ingin mencari pada Iklan Laurier Active Day melibatkan pergeseran budaya pada peran laki-laki dalam pembelian pembalut wanita.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bagian kerangka acuan bagi pihak produsen maupun biro iklan agar lebih menjelaskan lebih detail menginformasikan agar jelas yang dimaksud dan juga tidak menimbulkan pro dan kontra yang terjadi kemudian hari dan akan lebih kreatif dan inovatif lebih ke depannya.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini yang dilakukan dapat bermanfaat serta memberikan sebuah masukan dalam sebuah ilmu untuk pembaca, dan menjadi sumber informasi dan ide untuk penelitian selanjutnya.