

## ABSTRAK

Dalam tren periklanan, iklan tidak lagi hanya terpaku pada promosi produk, tetapi juga menggambarkan isu sosial, seperti isu gender. Seiring perkembangan isu gender dan preferensi masyarakat, banyak iklan bertemakan pemberdayaan perempuan hingga muncul istilah “*femvertising*”. Melalui iklan Softex Daun Sirih “Hilangin Halangan SIRIHously” yang ditayangkan di YouTube, Softex mengangkat isu perempuan yang direpresentasikan melalui *band metal* Voice of Baceprot (VoB). Iklan tersebut menceritakan bahwa perempuan mampu menghilangkan halangan berupa stigma, diskriminasi, dan hambatan lainnya yang membatasi mereka dalam mencapai aspirasi hidupnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui resepsi khalayak terhadap kebebasan perempuan dalam iklan tersebut serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhinya. Untuk itu, penelitian ini menggunakan teori resepsi Stuart Hall, konsep kebebasan, dan konsep kesetaraan gender sebagai kerangka teori penelitian. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data wawancara mendalam dan studi pustaka. Wawancara mendalam dilakukan terhadap sepuluh khalayak aktif iklan Softex Daun Sirih “Hilangin Halangan SIRIHously”, yang terdiri dari perempuan dan laki-laki dengan latar belakang yang beragam. Hasil penelitian menunjukkan adanya dua posisi pemaknaan, yakni *dominant-hegemonic position* dan *negotiated position*. Tujuh informan pada *dominant-hegemonic position* memiliki pemaknaan yang sejalan mengenai kebebasan perempuan dalam wacana dominan. Sementara itu, ketiga lainnya pada posisi *negotiated position* memaknai bahwa kebebasan perempuan adalah sesuatu yang tidak merugikan orang lain, tidak melanggar agama dan atributnya, serta bukan lagi perihal tanggung jawab domestik. Perbedaan resepsi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor yang melatarbelakangi tiap informan, mulai dari kerangka pengetahuan mereka yang meliputi aspek sosiogeografis, sosiodemografis, serta gaya hidup dan psikososial; hubungan produksi; dan infrastruktur teknis dalam iklan. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa VoB sebagai *celebrity endorser* mampu menambah daya tarik iklan dan menciptakan hubungan emosional dengan khalayak secara efektif karena VoB dinilai telah memperkuat pesan iklan, adanya ikatan dengan penggemar, dan memiliki nilai popularitas.

Kata kunci: Analisis Resepsi, *Encoding-Decoding*, Iklan, Kebebasan Perempuan, Kesetaraan Gender

## **ABSTRACT**

*In advertising trends, ads are not only focused on product promotion but also reflect social issues, such as gender. With the development of gender issues and societal preferences, more and more advertisements address themes of women's empowerment, leading to the emergence of the term "femvertising". Through the Softex Daun Sirih "Hilangin Halangan SIRIHously" ad shown on YouTube, Softex addresses women's issues represented by the metal band Voice of Baceprot. The ad conveys that women can overcome barriers such as stigma, discrimination, and other obstacles that limit their ability to achieve their life aspirations. This study aims to understand the audience's reception and their decoding positions regarding women's freedom in the ad and to identify the factors influencing it. To achieve this, the study uses Stuart Hall's reception theory, the concepts of freedom and gender equality as its theoretical framework. This research is qualitative, utilizing in-depth interviews and literature review for data collection. In-depth interviews were conducted with ten active audience of the Softex Daun Sirih "Hilangin Halangan SIRIHously" ad, consisting of both women and men with diverse backgrounds. The findings indicate two interpretive positions: dominant-hegemonic position and negotiated position. Seven informants in the dominant-hegemonic position have the same interpretation as the dominant meaning on women's freedom. Meanwhile, the three in the negotiated position interpret female freedom as something that does not harm others, does not violate religious values and attributes, and is no longer about domestic responsibilities. The differences in reception are influenced by various factors including their frameworks of knowledge, which encompasses socio-geographic, sosio-demographic, as well as lifestyle and psychosocial; relations of production; and technical infrastructure. The study also finds that Voice of Baceprot, as the celebrity endorser, effectively enhances the ad's appeal and creates an emotional connection with the audience due to VoB's ability to reinforce the ad's message, establish a bond with fans and possess popularity value.*

*Keyword: Reception Analysis, Encoding-Decoding, Advertising, Women's Freedom, Gender Equality*