

**PERBANDINGAN PERSEPSI MENDAMAIKAN PERAN AYAH DAN IBU DALAM
IKLAN JEPANG WAKU WAKU (WAKU) (WAKU) IDENTIKLAN INDONESIA
(INDONESIA) (INDONESIA)**

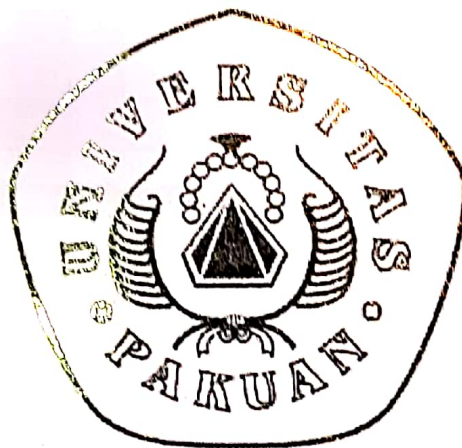
SKRIPSI

**Diajukan Untuk Diperolehkan Dalam Gelar Sarjana Sastra
Program Studi Sastra Jepang**

Oleh

GHEA ADINDA UTAMI

043115035



**PROGRAM STUDI SASTRA JEPANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
AGUSTUS 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Olga Adinda Utami

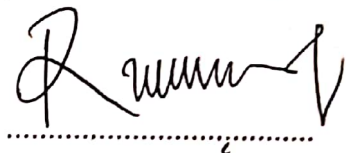
NPM : 043115035

Judul : Perbandingan Penggambaran Peran Ayah dan Ibu Dalam Iklan Jepang Van Houten Cocoa (2016) dan Iklan Indonesia Kecap ABC (2018)


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sastra pada Program Studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan.

Dewan Penguji

Pembimbing 1 : Rina Fitriana, M.Hum.
NIK. 10800035368



Pembimbing 2 : Paramita Winny H., M.Si.
NIK. 10616048755



Pembaca : Mugiyanti, M.Si.
NIK. 11211057576



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 23 Agustus 2019

Oleh

Dekan,



Dr. Agnes Setyowati H., M.Hum.
NIK. 10596008229

Ketua Program Studi,



Helen Susanti, M.Si.
NIK. 10107023479

ABSTRAK

GHEA ADINDA UTAMI043115035 2019Perbandingan Penggambaran Peran Ayah Dan Ibu Dalam Iklan Jepang Van Houten Cocoa (2016) dan Iklan Indonesia Kecap ABC (2018).Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Sastra Jepang Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan **Rina Fitriana, M.Hum. danParamita Winny H., M.Si.**

Penelitian ini membahas mengenai perbandingan budaya mengenai representasi peran ayah dan ibu dalam iklan Jepang Van Houten Cocoa 2016 dan Indonesia Kecap ABC 2018. Tema ini dipilih karena penulis melihat keunikan tema yang dipakai dalam iklan tersebut dan menggambarkan peran ayah dan ibu. Penulis menggunakan konsep Representasi, Patriarki danJarum Hegemoniuntuk menganalisis perbandingan budaya mengenai Perbandingan Penggambaran peran ayah dan ibu dalam iklan Jepang Van Houten Cocoa 2016 dan Indonesia Kecap ABC 2018.

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dan teknik penelitian studi pustaka dengan iklan yang diperoleh dari YouTube yaitu www.youtube.com, serta buku-buku teks, artikel dan publikasi elektronik yang ada hubungannya dengan peran ayah dan ibu serta teori representasi, patriarki danjarum hipodermik.

Hasilnya menunjukkan ada beberapa perbedaan dan persamaan peran ayah dan ibu yang direpresentasikan dalam iklan tersebut.

Kata Kunci :Peran ayah, Peran ibu, Iklan, Patriarki, Representasi