

**REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM PESAN IKLAN
SAMPO HEAD & SHOULDERS VERSI JOE TASLIM X FADIL JAIDI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam
Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Galuh Dian Puspita

19.96.1636

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

**REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM PESAN IKLAN
SAMPO HEAD & SHOULDERS VERSI JOE TASLIM X FADIL JAIDI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam
Mencapai Gelar Sarjana Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Galuh Dian Puspita

19.96.1636

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2023

PERSETUJUAN

PERSETUJUAN

SKRIPSI

REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM PESAN IKLAN
SAMPO *HEAD & SHOULDERS* VERSI JOE TASLIM X FADIL JAIDI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

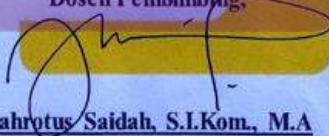
Galuh Dian Puspita

19.96.1636

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 1 Oktober 2022

Dosen Pembimbing,


Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302448

PENGESAHAN

PENGESAHAN

SKRIPSI

REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM PESAN IKLAN
SAMPO *HEAD & SHOULDERS* VERSI JOE TASLIM X FADIL JAIDI

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Galuh Dian Puspita

19.96.1636

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 12 April 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Zahrotus Saidah, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302448

Andreas Tri Pamungkas, M.A

NIK. 190302522

Rr. Pramesthi Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.

NIK. 190302476

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi

Tanggal 11 April 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M. Kom.

NIK. 190302125

Tanda Tangan

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 18 April 2023

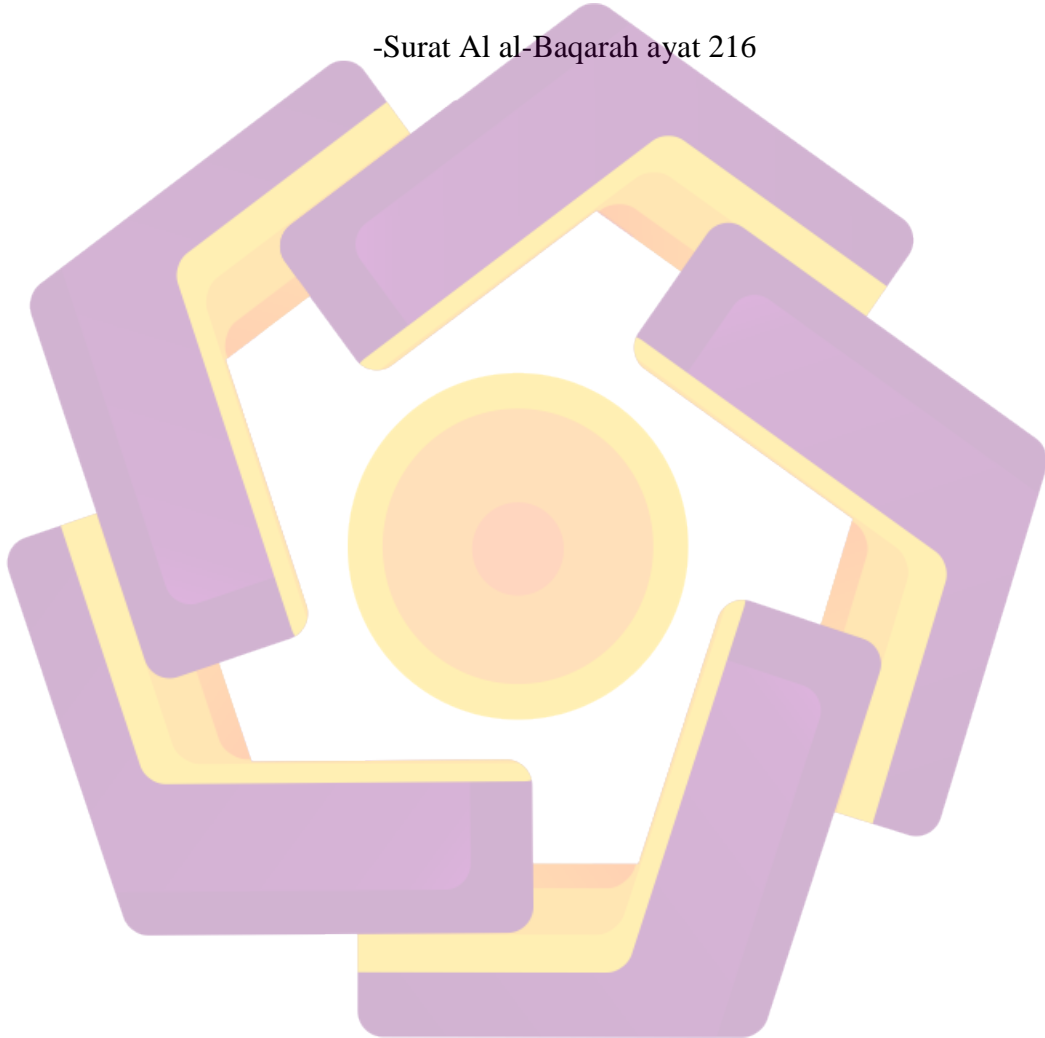


NIM. 19.96.1636

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

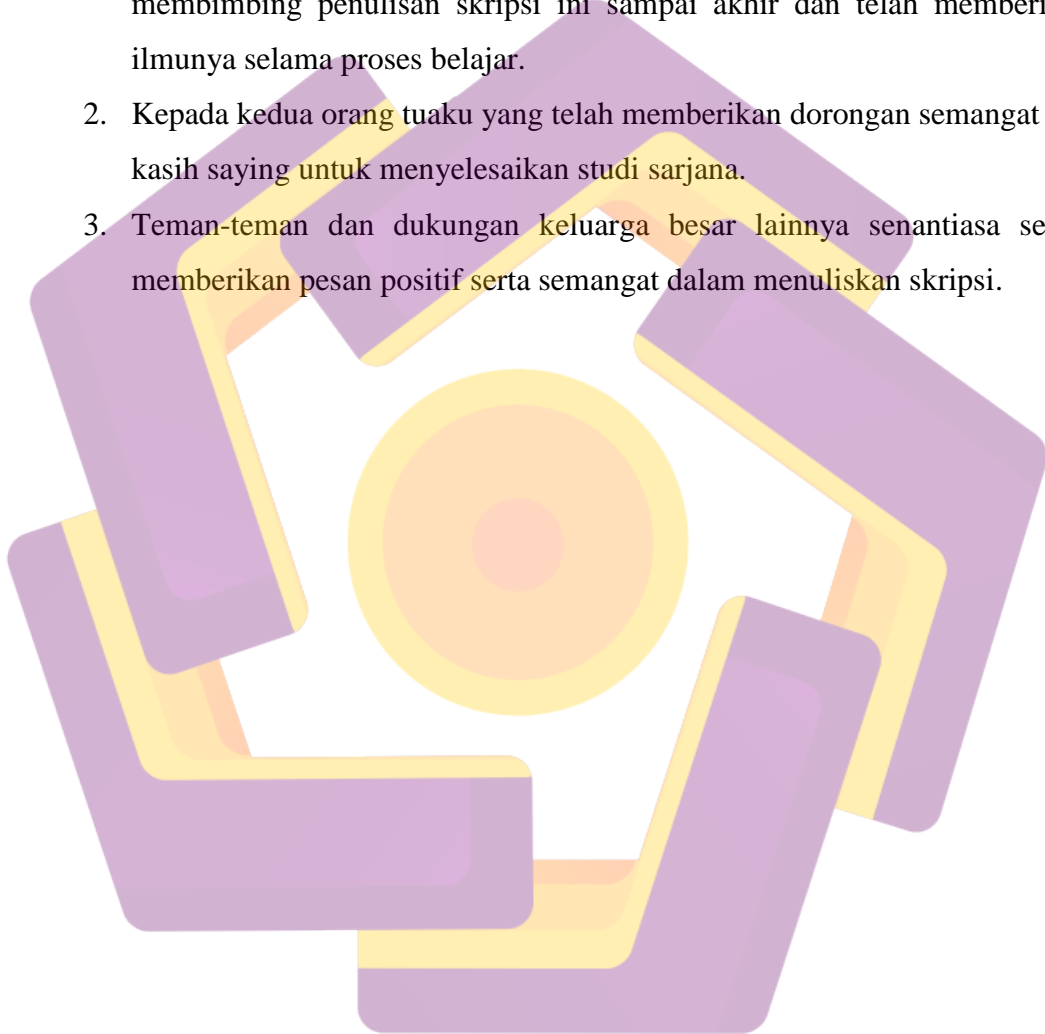
-Surat Al al-Baqarah ayat 216



PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada

1. Dosen Pembimbing, Ibu Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A. yang telah membimbing penulisan skripsi ini sampai akhir dan telah memberikan ilmunya selama proses belajar.
2. Kepada kedua orang tuaku yang telah memberikan dorongan semangat dan kasih sayang untuk menyelesaikan studi sarjana.
3. Teman-teman dan dukungan keluarga besar lainnya senantiasa selalu memberikan pesan positif serta semangat dalam menuliskan skripsi.



KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

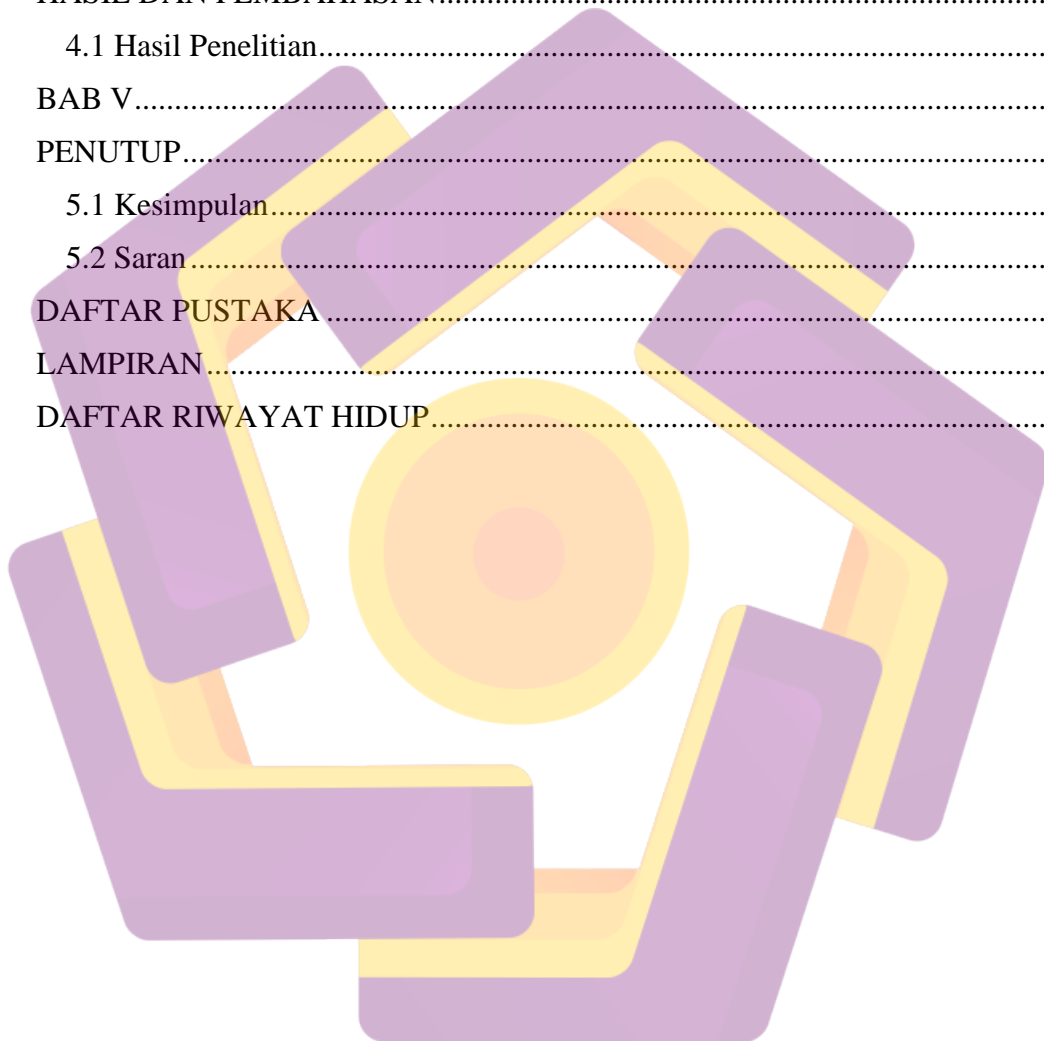
Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku Kaprodi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya dalam penulisan skripsi ini.
5. Terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya selama proses belajar.
6. Terimakasih kepada keluarga yang telah memberikan semangat dan kasih sayang dalam proses penulisan skripsi ini.
7. Terimakasih kepada Kiki Voga Pranata yang telah memberikan semangat dan membantu pada proses penulisan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada teman-teman yang telah memberikan semangat dan membagikan pengalaman untuk bercerita dalam proses penulisan skripsi ini.

DAFTAR ISI

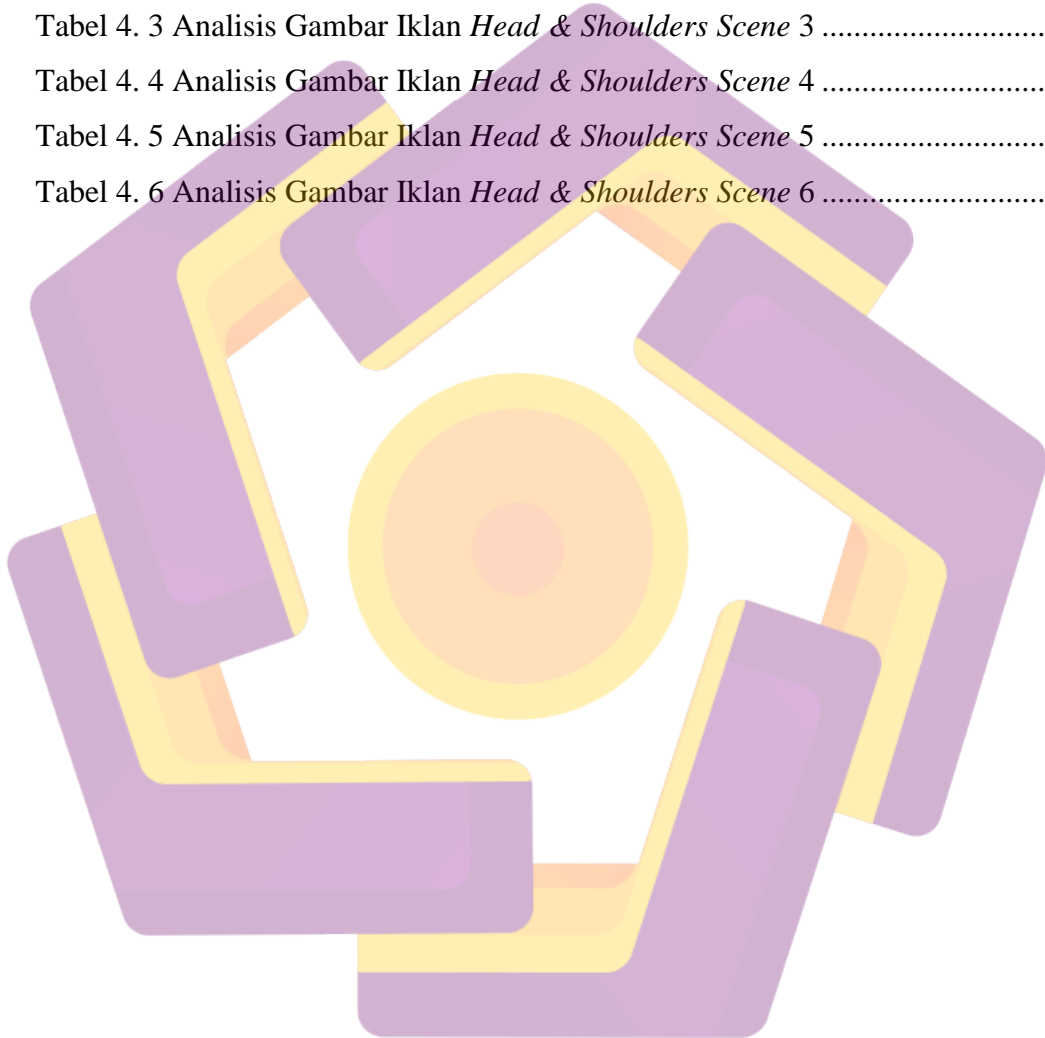
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Bab	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori dan Konseptual	7
2.1.1 Representasi	7
2.1.2 Metroseksual.....	9
2.1.3 Iklan	10
2.1.4 Semiotika Charles Sanders Peirce	11
2.1.5 Teori Konstruksi Sosial Peter Ludwig Berger.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	22
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Subjek Penelitian.....	24
3.3 Objek Penelitian	24

3.4 Sumber Data	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Teknik Analisis Data	26
3.7 Triangulasi.....	27
BAB IV	29
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil Penelitian.....	29
BAB V.....	50
PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	61



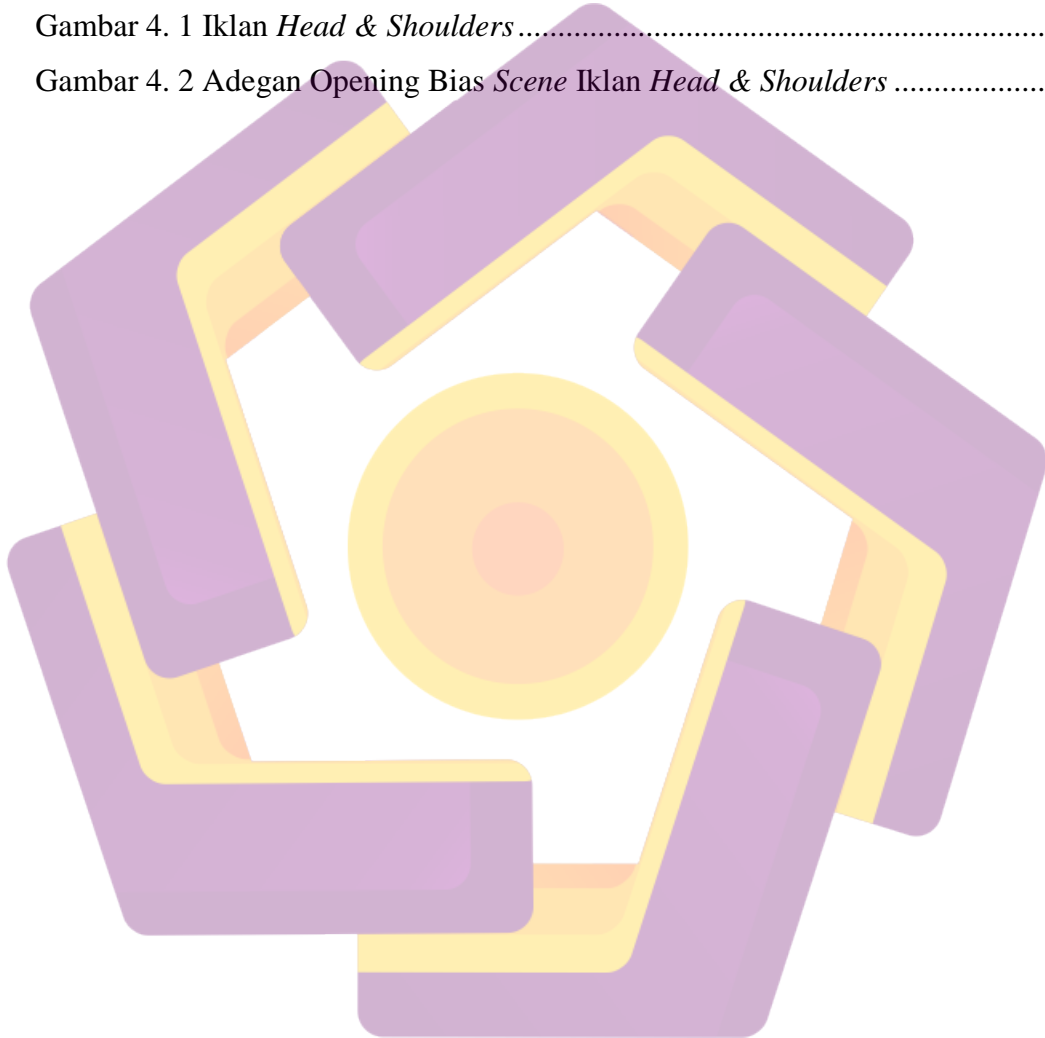
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4. 1 Analisis Gambar Iklan <i>Head & Shoulders Scene 1</i>	32
Tabel 4. 2 Analisis Gambar Iklan <i>Head & Shoulders Scene 2</i>	33
Tabel 4. 3 Analisis Gambar Iklan <i>Head & Shoulders Scene 3</i>	34
Tabel 4. 4 Analisis Gambar Iklan <i>Head & Shoulders Scene 4</i>	35
Tabel 4. 5 Analisis Gambar Iklan <i>Head & Shoulders Scene 5</i>	36
Tabel 4. 6 Analisis Gambar Iklan <i>Head & Shoulders Scene 6</i>	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Semiotika Charles Sanders Peirce	12
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3. 1 Triangulasi Penelitian.....	28
Gambar 4. 1 Iklan <i>Head & Shoulders</i>	29
Gambar 4. 2 Adegan Opening Bias <i>Scene</i> Iklan <i>Head & Shoulders</i>	30



INTISARI

Fenomena pria di masyarakat menggambarkan perhatian penampilan dan kegemaran dalam melakukan perawatan. Meningkatkan produk kecantikan di dunia seiring dengan kesesuaian kehidupan modern, pria memiliki kepedulian terhadap tubuhnya. Objek dalam penelitian ini adalah video iklan *Head & Shoulders* dengan durasi 2 menit 8 detik menjelaskan makna tersirat pria metroseksual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi pria dalam iklan *Head & Shoulders* menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mengungkapkan makna pesan terdalam. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi jenis non partisipan dan tidak diperlukan untuk lokasi, kajian literatur menggunakan jurnal online dan buku, dokumentasi dengan cara pengambilan foto melalui *sc* pada *scene* iklan secara berurutan. Hasil penelitian ini mengungkapkan Fadil Jaidi untuk mengikuti Joe Taslim pada kehidupan pria metroseksual melalui gaya hidup dan aktivitas yang dilakukan. Iklan ini juga mengkonstruksikan fenomena yang terjadi di masyarakat merupakan bagian adopsi dari perkembangan kehidupan modern.

Kata Kunci : Semiotika, Iklan, Metroseksual, Konstruksi Media

ABSTRACT

The phenomenon of men in society shows attention to appearance and a penchant for grooming. Increasing beauty products in the world along with the suitability of modern life, men have concern for their bodies. The object of this study is a Head & Shoulders advertising video with a duration of 2 minutes 8 seconds the implied meaning of metrosexual men. This study aims to determine the representation of men in Head & Shoulders advertisements using Charles Sanders Peirce's semiotic analysis. This research method uses a type of descriptive qualitative research to reveal the meaning of the deepest message. Data analysis in this study was carried out by observing non-participant types and not required for location, literature review using online journals and books, documentation by taking photos through screenshots of advertisement scenes sequentially. The results of this study reveal Fadil Jaidi to follow Joe Taslim in the lives of metrosexual men through their lifestyle and activities. This advertisement also constructs phenomena that occur in society which are part of the adoption of the development of modern life.

Keywords: Semiotics, Advertising, Metrosexual, Media Construction

