

**REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN PRODUK
KECANTIKAN SCARLETT WHITENING**

X SONG JOONG-KI

SKRIPSI



disusun oleh :

Dhea Octaviana (19.96.1410)

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2023

REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN PRODUK

KECANTIKAN SCARLETT WHITENING

X SONG JOONG-KI

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh :

Dhea Octaviana (19.96.1410)

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2023

**PERSETUJUAN
SKRIPSI**


**“REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN PRODUK
KECANTIKAN SCARLETT WHITENING X SONG JOONG-KI”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhea Octaviana
19.96.1410

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 26 Mei 2023

Dosen Pembimbing,


Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302360

**PENGESAHAN
SKRIPSI**

**“REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN PRODUK
KECANTIKAN SCARLETT WHITENING X SONG JOONG-KI”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dhea Octaviana
19.96.1410

telah dipertahankan di Dewan Penguji Skripsi
pada tanggal 26 Mei 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Dwi Pela Agustina, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302360

Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom

NIK. 190302486

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Tanggal 26 Mei 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

NIK 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah 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 instansi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dicu dalam naskah ini dan dsebutkan dalam daftar pustaka.

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

Yogyakarta, 17 Mei 2023



Dhea Octaviana

NIM. 19.96.1410

MOTTO

Sesulit apapun jalannya jangan pernah berfikir untuk menyerah, kamu sudah sekuat itu untuk menghadapinya dan kamu tidak akan tahu apa yang sedang menantimu diujung perjuangan nanti.

- Dhea Octaviana -

No matter how hard the path is, don't ever think about giving up, you are already that strong to face it and you will never know what is waiting for you at the end of the struggle.

- Dhea Octaviana -



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua serta kakak dan adik saya yang selalu mendoakan saya dan selalu mendukung dengan tenggaung jawab yang saya ambil. Tidak mudah bagi saya dalam melewati ini namun dengan adanya mereka menjadi salah satu hal terbesar motivasi dalam diri saya untuk tetap semangat menjalaninya.

Skripsi ini saya persembahkan untuk dosen pembimbing saya, ibu Dwi Pela Agustina yang selalu meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk seseorang dengan NPM 202243500200 yang selalu memberi semangat dalam melewati hari-hari saya. Tidak lupa, saya persembahkan skripsi ini untuk semua teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu. Terkhusus untuk Fitria Salsa Bila, dan Stevy Dhea akhirnya impian kita untuk menyelesaikan perkuliahan dari awal semester hingga akhir semester bersama-sama bisa terrealisasi dengan banyak rintangan. Semoga jalan kita semua dilancarkan oleh Allah SWT, Aamin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir berupa Skripsi berjudul “Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Produk Kecantikan Scarlett Whitening X Song Joong-Ki”.

Tujuan penyusunan laporan tugas akhir berupa Skripsi ini diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana (S1) jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ekonomi dan Sosial di Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini berguna untuk menambah pengalaman, wawasan dan ilmu baru. Terutama mengenai representasi androgini pada sebuah iklan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih kurang karena disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis tentunya mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulisan skripsi ini terwujud karena adanya bantuan moril maupun materil, motivasi, saran dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah terlibat dalam proses pelaksanaan skripsi ini, antara lain :

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa
2. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Ibu Dwi Pela Agustina. S.I.Kom., M.A selaku dosen pembimbing.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta yang sudah berkena memberikan pengetahuan dan ilmu yang sangat-sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Semua keluarga yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas segala nasihat, motivasi dan dukungan berupa moril dan materil yang telah diberikan kepada penulis.
8. Sahabat-sahabat penulis yang tak mampu penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas segala nasihat dan motivasi yang diberikan kepada penulis.

Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, sekali terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Yogyakarta, 17 Mei 2023



Dhea Octaviana

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
INTI SARI.....	xiv
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Bab	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Representasi	10
2.1.2 Maskulinitas.....	11
2.1.3 Iklan.....	17
2.1.4 Semiotika Roland Barthes	18
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	25

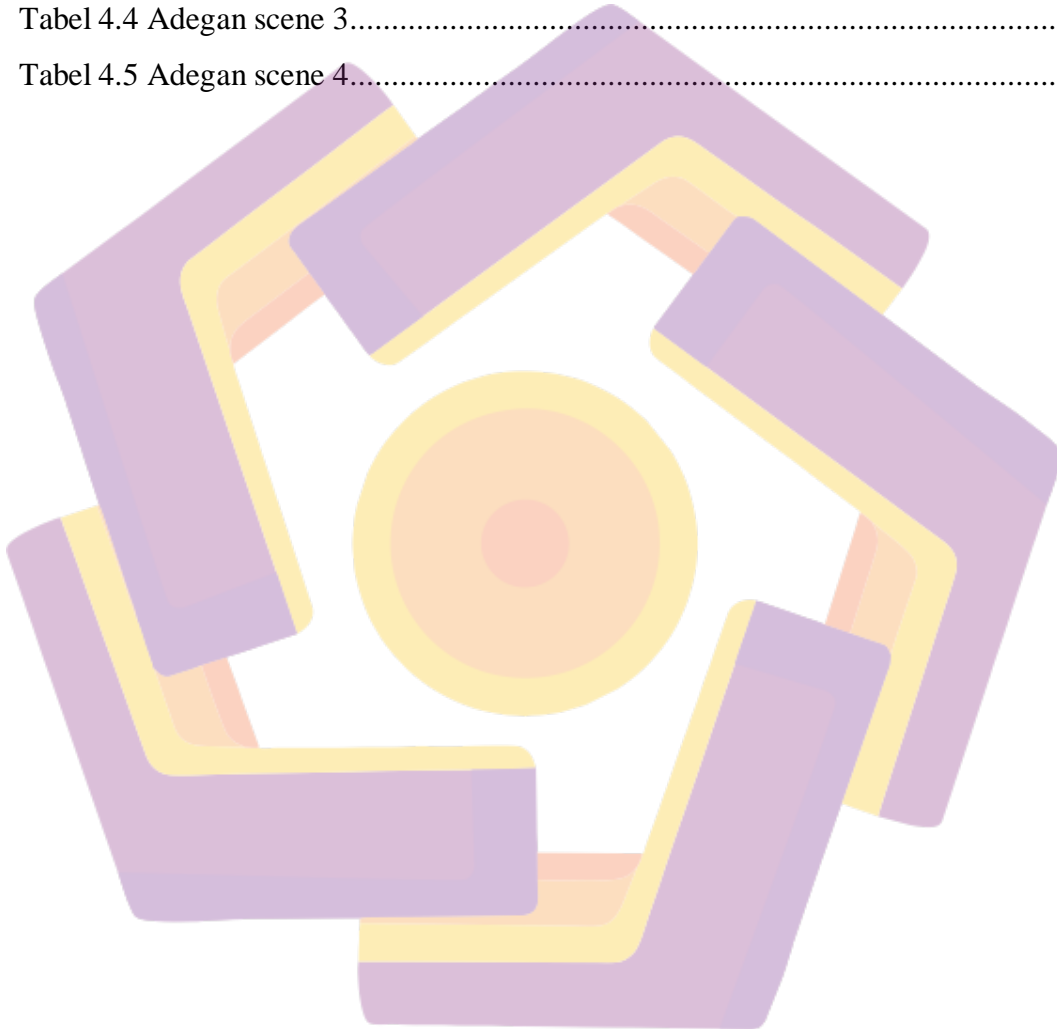
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sumber Data	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.4 Teknik Analisis Data.....	28
3.5 Keabsahan Data	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Penelitian.....	30
4.1.1 Iklan Scarlett Whitening X Song Joong-Ki.....	30
4.1.2 Scene Yang Mempresentasikan Sisi Maskulinitas Dalam Iklan Scarlett Whitening X Song Joong-Ki	32
4.1.3 Temuan Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Iklan Scarlett Whitening X Song Joong-Ki	41
4.2 Pembahasan.....	53
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Produk MS Glow X Keanu AGL.....	6
Gambar 1.2 Iklan Produk Nature Republic X EXO	6
Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes	20
Gambar 2.2 <i>Two Orders Of Signification</i> Barthes.....	20
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 Adegan Scene 1	32
Gambar 4.2 Adegan Scene 1	33
Gambar 4.3 Adegan Scene 2	35
Gambar 4.4 Adegan Scene 2	35
Gambar 4.5 Adegan Scene 2	35
Gambar 4.6 Adegan Scene 3	37
Gambar 4.7 Adegan Scene 3	37
Gambar 4.8 Adegan Scene 3	38
Gambar 4.9 Adegan Scene 3	38
Gambar 4.10 Adegan Scene 4	39
Gambar 4.11 Adegan Scene 4	40
Gambar 4.12 Adegan Scene 4	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Dialog Adegan Iklan 0.08-0.18.....	36
Tabel 4.2 Adegan scene 1.....	42
Tabel 4.3 Adegan scene 2.....	45
Tabel 4.4 Adegan scene 3.....	48
Tabel 4.5 Adegan scene 4.....	51



INTISARI

Iklan merupakan wadah untuk memperkenalkan sebuah produk atau jasa melalui perantara sebuah media kepada khalayak. Untuk meningkatkan daya Tarik dari iklan serta produk tersebut, banyak perusahaan yang memilih untuk menggunakan jasa seorang *celebrity*. Iklan Scarlett Whitening X Song Joong-Ki merupakan sebuah iklan yang mempromosikan produk dari brand Scarlett Whitening. Iklan tersebut di rilis di televisi dan juga youtube. Scarlett Whitening menggunakan jasa seorang *celebrity* terkenal yang berasal dari negara lain yaitu negara Korea. Penelitian ini menggunakan penelitian jenis kualitatif dengan metode analisis Semiotika Roland Barthes. Semiotika Roland Barthes menjadi dua tatanan yaitu tatanan pertama dan kedua serta terdapat 3 bagian yaitu denotasi, konotasi dan mitos. Data primer dari penelitian adalah video Iklan Scarlett Whitening X Song Joong-Ki yang melalui akun youtube Scarlett Official. Sedangkan data sekunder diperoleh penulis melalui skripsi, jurnal, website dan internet. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sisi maskulinitas dari seorang Song Joong-Ki dalam iklan Scarlett Whitening tersebut merepresentasikan pada setiap adegan di dalam iklan. Terdapat beberapa *scene* yang merepresentasikan sisi maskulinitas Song Joong-Ki melalui cara berpakaian, pemilihan warna, pemilihan latar tempat, gaya rambut dan juga gestur tubuh Song Joong-Ki. Pada kehidupan nyata Song Joong-Ki juga sudah memiliki sisi penampilan yang maskulin yang ada pada dirinya. Sisi maskulin tersebut yang ditampilkan secara visual kepada khalayak.

Kata Kunci: Iklan, Maskulinitas, Representasi, Semiotika Roland Barthes.

ABSTRACT

Advertising is a place to introduce a product or service through an intermediary media to the public. To increase the attractiveness of these advertisements and products, many companies choose to use the services of a celebrity. The Scarlett Whitening X Song Joong-Ki advertisement is an advertisement that promotes products from the Scarlett Whitening brand. The advertisement was released on television and also YouTube. Scarlett Whitening uses the services of a famous celebrity who comes from another country, namely Korea. This study uses qualitative research with the Roland Barthes Semiotics analysis method. Roland Barthes' semiotics is divided into two orders, namely the first and second order and there are 3 parts, namely denotation, connotation and myth. The primary data of the research is the Scarlett Whitening X Song Joong-Ki ad video via the Scarlett Official YouTube account. While the secondary data obtained by the author through thesis, journals, websites and the internet. The results of this study indicate that the masculine side of Song Joong-Ki in the Scarlett Whitening advertisement is represented in every scene in the advertisement. There are several scenes that represent Song Joong-Ki's masculinity through the way he dresses, chooses colors, chooses venues, hairstyles and also Song Joong-Ki's body gestures. In real life, Song Joong-Ki also has a masculine side to him. The masculine side is visually displayed to the public.

Keywords: *Advertising, Masculinity, Representation, Roland Barthes' Semiotics*

