

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laki-laki feminin dalam masyarakat diartikan sebagai banci, tapi yang dimaksud dengan banci adalah laki-laki yang memposisikan dirinya sebagai perempuan seperti berpenampilan layaknya seorang perempuan. Stereotip dalam masyarakat laki-laki diuntut untuk menjadi laki-laki maskulin atau hal-hal yang berbaur fisik seperti ketahanan mental dan kuat, sedangkan perempuan diuntut untuk menjadi perempuan yang feminin bersifat lembut, sabar dan empati (Martin, 2023).

Kebanyakan masyarakat memandang laki-laki memiliki derajat lebih tinggi dari dibandingkan dengan perempuan, meskipun seperti itu fenomena laki-laki feminin dianggap berperilaku tidak normal karena itu mereka sering mendapatkan perlakuan deskriminatif, seperti di Malaysia seorang laki-laki dibully sejak sekolah karena dianggap sebagai laki-laki yang lembut atau terlalu feminin (Febriani, 2022). Tidak hanya di luar negeri salah satu artis sekaligus desainer Indonesia, Ivan Gunawan juga mendapatkan komentar yang pedas dari orang-orang mengenai penampilan dirinya yang tidak seperti laki-laki atau maskulin (Ikbal, 2023). Stereotip gender pada saat ini muncul mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, seperti dalam pekerjaan, pergaulan dan lain sebagainya.

Gender di masyarakat sering kali salah diartikan dengan jenis kelamin atau *sex*, namun *gender* dan jenis kelamin itu berbeda. Jenis kelamin atau *sex* lebih mengarah kepada perbedaan fisik atau perbedaan fungsi reproduksi sedangkan *gender* lebih mengarah kepada sifat yang ada pada laki-laki atau perempuan dari konstruksi sosial-budaya. Menurut Iswary (2010) mengungkapkan jika konsep gender berupaya membuat perbedaan dalam hal peran, posisi, perilaku, mentalis, dan karakteristik emosional antara laki-laki dan perempuan dalam masyarakat. Dalam Masyarakat posisi laki-laki lebih dipandang tinggi sedangkan perempuan dipandang lebih rendah.

Gender dibedakan menjadi dua peran yaitu maskulinitas dan femininitas. Maskulin atau maskulinitas merupakan konstruksi sosial yang melekat dengan laki-laki, maskulin umumnya identik dengan laki-laki yang gagah, kuat, rasional dan juga emosional. Menurut Beynon (2002) mengungkapkan jika maskulinitas terdiri dari fantasi tentang bagaimana seorang pria harus berperilaku seperti apa dan bagaimana.

Feminin atau femininitas dipandang hanya pada perempuan. Perempuan merupakan jenis kelamin dan dianggap sebagai konstruksi biologis setiap individu sesuai dengan kodratnya. Sedangkan femininitas merupakan konstruksi dari sosial yang dibangun oleh masyarakat, yang menempatkan perempuan pada posisi yang lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Hal ini tergambar dari berbagai aspek kehidupan seperti kesulitan memperoleh posisi pemimpin dan membatasi peran perempuan dalam masyarakat. Femininitas menurut Beauvoir (2016) mengungkapkan banyak sifat yang menunjukkan femininitas, yaitu takut, peduli (simpati), lemah, emosional, multitasking, baik, sabar, taat, menyukai keindahan dan juga pemalu.

Femininitas tidak hanya dimiliki oleh perempuan saja tetapi juga dimiliki oleh laki-laki. Laki-laki sering dikaitkan dengan sifatnya yang *macho*, kini digantikan dengan sosok laki-laki yang memiliki sifat kuat namun juga lembut. Femininitas pada laki-laki sering kali masih dianggap tabu oleh banyak orang dan dianggap sebagai sesuatu yang tidak maskulin. Di *China* melarang laki-laki memiliki sifat seperti perempuan atau feminin karena dianggap jika berpenampilan diluar norma akan dinilai sebagai representasi seksualitas dan juga identitas yang ambigu (CNN Indonesia, 2021).

Sifat feminin sering kali digambarkan dengan berbagai macam, misalnya gaya rambut dan juga gaya berpakaian atau fashion. Menurut (Brownmiller, 2013) menyatakan bahwa femininitas dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu tubuh, rambut, pakaian, suara, kulit, gerakan, emosi dan juga ambisi. Gaya berpakaian feminin tidak hanya digunakan pada kaum perempuan saja namun kaum laki-laki juga banyak menggunakannya gaya

berpakaian feminin. Tidak hanya itu mempunyai rambut panjang juga menjadi salah satu ciri feminin yang sudah lama diterapkan dari masa ke masa (Putra, 2014).

Beberapa produk kecantikan di korea menggunakan model laki-laki sebagai bintang iklannya. Salah satu produk yang menggunakan bintang iklan laki-laki yaitu *lip tint* tony moly, perusahaan tersebut mengandeng grup idol k-pop Monsta X. Dalam iklan tersebut terlihat jika para member Monsta x mengenakan riasan bibir berwarna terang, biasanya riasan bibir digunakan pada perempuan saja namun dalam iklan tersebut laki-laki juga mengenakan riasan bibir. Monsta X juga mempraktekkan bagaimana cara menggunakan *lip tint* dalam video iklan tersebut.

Iklan pantene merupakan salah satu iklan yang ditayangkan di televisi maupun media sosial. Iklan Pantene dulunya sangat identik dengan bintang iklan yang memiliki rambut panjang dan juga indah. Salah satu elemen pada iklan adalah visualisasi yang ditampilkan dalam suatu bentuk video. Seperti video iklan perawatan rambut yang menggunakan model di dalamnya dengan memberikan gambaran standar kecantikan dengan menggunakan model perempuan yang berperan. Menurut Jaiz (2014) mengungkapkan jika kebanyakan iklan-iklan kosmetik menggunakan model wanita karena dianggap mampu menarik lebih banyak konsumen dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat.

Pantene merupakan salah satu produk perawatan rambut yang di buat oleh perusahaan Procter & Gamble Co atau P&G, dalam iklan produknya perusahaan ini mengandeng beberapa artis besar indonesia. Pada tahun 2016 Anggun C Sasmi terpilih untuk menjadi salah satu bintang iklan pantene. Anggun pernah membuat heboh dunia periklanan dengan taglinenya "Jadi duta shampo lain? Ngga mungkin dong!" dan juga Anggun membawakan iklan pantene ini dengan gayanya sendiri sehingga mampu membuat produk pantene menjadi dikenal.

Awal tahun 2022 perusahaan P&G mampu membuat gebrakan baru dengan mengandeng bintang iklan laki-laki dalam produknya. Walaupun begitu perusahaan P&G tidak melupakan ciri khas dari iklan antene yang identik dengan rambut panjang dan juga indah. Sebelumnya pada tahun 2017 perusahaan pantene mengandeng artis ternama indonesia dalam iklannya yaitu Raline Shah. Bintang iklan pada pantene sebelumnya identik dengan bintang iklan yang memiliki rambut hitam panjang, namun pada iklan yang dibintangi Raline Shah terlihat jika rambut Raline Shah tidak berwarna hitam tapi berwarna coklat. Pantene mematahkan stigma masyarakat jika bintang iklan produk perawatan rambut tidak harus wanita yang memiliki warna rambut hitam.

Keanu Agl merupakan seorang *influencer* laki-laki yang dikenal dengan sikapnya yang suka marah-marah, humoris serta memiliki rambut panjang. Beberapa waktu lalu Keanu Agl sempat mengeluh jika dirinya memiliki rambut panjang namun mudah capek. Maka dari itu perusahaan P&G mengandeng Keanu Agl untuk menjadi salah satu bintang iklannya, dalam iklannya Keanu Agl memiliki tagline yaitu "Rambut Capek". Sosok baru dalam bintang iklan pantene tersebut membuat citra baru dalam perusahaan, pantene tidak hanya dapat digunakan untuk kaum perempuan saja tetapi produk pantene juga dapat digunakan oleh kaum laki-laki. Pantene juga kembali mematahkan stigma Masyarakat jika bintang iklan perawatan rambut tidak harus wanita.

Dari tahun 2016 sampai 2021 Pantene bisa mendongkrak kepercayaan masyarakat terhadap produknya serta mampu memenangkan dan mempertahankan penghargaan dari Top Brand Award (TBA). Tahun 2016 Pantene mampu menaikkan indeks sebesar 22.00%, tahun 2017 indeks naik menjadi 22.60%, tahun 2018 indeks naik menjadi 24.10%, tahun 2019 indeks mengalami penurunan 22.90%, tahun 2020 indeks mengalami kenaikan yang cukup besar 28.10%, dan tahun 2021 indeks mengalami penurunan 25.00%.

Bahkan Pantene mampu mengalahkan beberapa brand besar seperti Sunsilk, Clear, Ellips dan juga Dove (Top Brand Award, 2021).

Iklan merupakan suatu sarana bagi sebuah perusahaan untuk mempromosikan atau menyampaikan suatu produk atau jasanya kepada masyarakat, keberhasilan periklanan dalam mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen, peran iklan juga sangat penting dalam menciptakan citra merek yang baik. Menurut Kasali (2002) secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan oleh suatu masyarakat lewat suatu media. Namun demikian, untuk membedakannya dengan pengumuman biasa, iklan lebih diarahkan untuk membujuk orang supaya membeli. Maka dari itu iklan yang ditayangkan dikemas menarik untuk menarik konsumen. Cakupan iklan tidak hanya iklan komersial, melainkan iklan layanan masyarakat, iklan politik dan lainnya.

Menurut Kasali (1995) iklan memiliki dampak seperti dapat menarik konsumen menjadi loyal dalam jangka waktu tertentu dan mengembangkan sikap positif calon konsumen yang diharapkan dapat menjadi pembeli yang potensial masa datang. Iklan memiliki dampak negatif pada sosial seperti dapat memberikan pesan yang salah kepada konsumen dan menimbulkan perilaku konsumtif (Priyandana, 2014).

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini akan meneliti mengenai resepsi khalayak mengenai femininitas laki-laki dalam iklan Pantene Miracle Hair Supplement yang di perankan oleh Keanu Agl.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana resepsi khalayak atas Femininitas Laki-laki pada iklan pantene miracle hair supplement versi Keanu Agl?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan resepsi femininitas laki-laki dari sudut pandang khalayak terhadap iklan Pantene Miracle Hair Supplement versi Keanu Agl.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang penulis harapkan dalam penelitian ini seperti sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis: Penelitian ini diharapkan nantinya dapat menambah referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi. Serta di harapkan dapat mengetahui resepsi khalayak atas femininitas laki-laki terhadap tayangan iklan pantene miracle hair supplement versi Keanu Agl pada tayangan youtube.
2. Manfaat praktis: Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan juga informasi lebih mengenai persepsi khalayak atas femininitas laki-laki terhadap tayangan iklan pantene miracle hair supplement versi Keanu Agl pada tayangan youtube.

1.5 Batasan Penelitian

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan mudah dalam pembahasan sehingga tujuan dalam penelitian ini akan mudah tercapai. Berikut batasan masalah dalam penelitian ini yaitu membahas mengenai laki-laki feminin pada iklan pantene miracle hair supplement yang di perankan Keanu Agl dan resepsi khalayak terhadap iklan pantene yang di perankan Keanu Agl.

1.6 Sistematika Bab

BAB I (PENDAHULUAN)

Bab satu berisikan pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika bab dari penulisan skripsi ini sendiri.

BAB II (TINJAUAN PUSTAKA)

Bab dua berisikan tinjauan pustaka, yang membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

BAB III (METODOLOGI PENELITIAN)

Bab tiga berisikan metodologi penelitian yang menguraikan jenis penelitian, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data, teknik analisis data serta variabel penelitian dan sesuai kebutuhan penelitian.

BAB IV (HASIL DAN PEMBAHASAN)

Bab empat berisikan hasil dan pembahasan yang menguraikan hasil analisis dari permasalahan penelitian yang relevan dengan teori, konsep dan hipotesis serta metode-metode yang digunakan.

BAB V (PENUTUP)

Bab lima berisikan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.