

**Penerimaan Khalayak Terhadap Konsep Maskulinitas Dalam Iklan Gillette:
*We Believe The Best Men Can Be***



Disusun Oleh :

Syifa Khairun Nisa

20150530236

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Syifa Khairun Nisa

NIM : 20150530236

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Broadcasting

Fakultas : Ilmu Sosial dan Politik (ISIPOL)

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Penerimaan Khalayak Terhadap Konsep Maskulinitas Dalam Iklan Gillette We Believe: The Best Men Can Be" adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip ataupun dirujuk telah dinyatakan benar. Apabila di kemudian hari karya saya ini telah terbukti merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 April 2022



Syifa Khairun Nisa

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Allah SWT. Terima kasih karena selalu jadi yang Maha Baik, Maha Pengasih dan Penyayang. Dari awal skripsi ini dibuat hingga akhirnya selesai, terima kasih karena selalu menjadi Maha Penguat, selalu memberikan banyak jalan baik disaat rasanya sudah tidak ada lagi jalan tersisa. Terima kasih karena selalu memeluk dengan cinta dan tidak pernah pergi. Terima kasih banyak, Ya Allah.
- Mamah dan Ayah. Terima kasih banyak atas segala dukungan yang kalian berikan, Terima kasih sudah percaya sama neng, selalu sabar walaupun mungkin neng terhitung tertinggal dari teman-teman neng yang lain. Terima kasih karena selalu berjuang hingga saat ini neng akhirnya bisa sampai tahap ini. Adanya mamah dan ayah membuat neng sadar bahwa kalian adalah salah satu hal yang bikin neng percaya kalua Allah sayang banget sama neng.
- Kakang. Terima kasih bimbingan yang sudah kakang berikan ke neng dari awal neng merantau kuliah di Jogja. Selalu ngingetin neng buat cepet-cepet nyelesaiin skripsi ini.
- Neng Hasna. Terima kasih sudah jagain mamah disaat aku gak bisa ada di rumah. Satu-satunya sepupu yang paling bisa diandalkan dan diajak ngobrol perihal kehidupan. Terima kasih sudah berjuang juga sama-sama, see you on top!
- Fathoni Rahmat Dhani. Sahabat dan teman terdekat, yang selalu ada menemani dan memotivasi aku untuk menyelesaikan skripsi ini.

- Eme, Rahma, eno, Teh Tia, Dede Dila, Inun, semua teman-teman IKADAM Jogja. Terima kasih karena kalian kita masih bisa silaturahmi, saling menjadi motivasi satu sama lain. Terima kasih telah memberikan kenangan yang indah dan pengalaman yang hangat dalam kisah perantauanku ini.
- Barudak ngiring bingah squad. Terima kasih udah mau sabar ngingetin skripsi tiap ketemu, selalu nyemangatin, bahkan selalu ngajak healing.
- Ajeng, Vestika, Idhea. Teman kontrakan selama kurang lebih 2 tahun. Terima kasih karena kalian telah menemani keseharianku selama di Jogja. Suka duka kita lalui bersama, jadi pengalaman baru buat aku yang bukan orang jawa sendiri, belajar saling mengerti satu sama lain, semua kenangan berasa begitu menyenangkan bersama kalian. Terima kasih juga selalu mengingatkan aku untuk menyelesaikan skripsi, sampai akhirnya aku bisa nyusul kalian. Thank you guys!

Yogyakarta, 21 April 2022

Syifa Khairun Nisa

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Atas berkat rahmat kesehatan, rezeki serta semangat hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul **“Penerimaan Khalayak Terhadap Konsep Maskulinitas dalam Iklan Gillette We Believe: The Best Men Can Be”** ini merupakan skripsi yang ingin membuktikan bahwa tidak semua pesan yang disampaikan media, diterima secara penuh oleh khalayak. Dalam memaknai pesan media, khalayak menggunakan pengalaman dan latar belakang dalam melakukan proses interpretasi pesan. Di mana khalayak bisa menolak pesan yang dibuat pembuat teks, tidak sepenuhnya menolak namun tidak sepenuhnya juga memiliki pemahaman yang sama dengan pembuat teks, dan khalayak bisa menerima/memiliki pemahaman yang sama dengan pembuat teks. Penulis juga sadar bahwa karya skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat terbuka untuk berdiskusi dan berharap akan ada saran dan kritik yang bermanfaat agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik. Selama proses penulisan skripsi ini, penulis tentu tidak bisa berbuat apa-apa tanpa bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Berkenaan dengan itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT. Terima kasih atas berkah, nikmat, rasa cinta, dan kasih sayang yang tidak pernah hilang. Untuk kesempatan baik yang membuat peneliti akhirnya bisa menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih banyak karena selalu menjadi yang tidak pernah pergi.
2. Bapak Dr. Fajar Junaedi S.Sos., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi. Atas segala dukungan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Bapak Erwan Sudiwaja, S.Sos., M.A. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi. Terima kasih untuk selalu meluangkan waktu dan membantu dari awal hingga akhir.
4. Ibu Dr. Muria Endah Sokowati, S.IP., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktunya, sabar, dan memberikan masukan untuk pengerjaan skripsi penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Filosa Gita Sukmono S.I.Kom., MA. Dan bapak Dr. Fajar Junaedi S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Dosen-dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu, pengalaman, waktu dan kesabaran yang telah diberikan. Peneliti tidak akan sampai pada tahap ini tanpa Ibu dan Bapak.
7. Pak Jono, dan Pak Mur. Terima kasih atas waktu dan kesabarannya untuk selalu bersedia direpotkan. Sejak awal mengurus persiapan skripsi, hingga mencapai garis akhir.

8. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2015, atas kebaikan dan kesempatan untuk menjadi salah satu keluarga selama berada disini.
9. Rekan *Broadcasting* 2015, terima kasih sudah kebersamai setiap perjuangan dalam proses pembelajaran kita.
10. Semua pihak yang membantu terselesaikannya skripsi ini, terima kasih banyak.

Yogyakarta, 21 April 2022

Syifa Khairun Nisa

DAFTAR ISI

Halaman judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pengesahan Naskah Publikasi	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
BAB I	1
PENDAHALUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka teori	8
1. Dinamika Pemahaman Maskulinitas	8
2. Maskulinitas dalam Iklan	12
3. Studi khalayak	16
F. Metode Penelitian	21
1. Paradigma penelitian	21
2. Teknik Pengumpulan Data	23
3. Teknik Pengambilan Informan	24
4. Analisis Data	27
G. Sistematika Penulisan	29
BAB II	30
KONSTRUKSI MASKULINITAS DALAM IKLAN GILLETTE;WE BELIEVE	30
A. Maskulinitas dalam Iklan di Amerika	30
B. Iklan Gillette We Believe:The Best Man Be	33
1. Deskripsi Iklan Gillette	33
2. Profil Sutradara	35
C. Konstruksi Maskulinitas dalam Iklan Gillette;The Best Men Can Be	36
1. Maskulinitas beracun (toxic masculinity)	37

2. Dominasi laki-laki terhadap laki-laki	41
3. Dominasi laki-laki terhadap perempuan	43
BAB III	50
PENERIMAAN PENONTON TERHADAP KONSEP MASKULINITAS DALAM IKLAN GILLETTE	
WE BELIEVE:THE BEST MAN CAN BE	50
A. Penerimaan Penonton Terhadap Konsep Maskulnitas dalam Iklan Gillette We Believe:The Best Man Can Be	51
1. Maskulnitas Beracun (Toxic Masculinity)	51
2. Dominasi laki-laki terhadap laki-laki	61
3. Dominasi laki-laki terhadap perempuan	68
B. Pemetaan Posisi Penerimaan Khalayak Terhadap Konsep Maskulnitas dalam Iklan Gillette:We Believe	77
BAB IV	87
PENUTUP	
A. Kesimpulan	87
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Stereotip Laki-laki Dewasa Amerika	12
Tabel 3.1 Stereotip Laki-laki Dewasa Amerika	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	4
Gambar 2.1	39
Gambar 2.2	40
Gambar 2.3	40
Gambar 2.4	42
Gambar 2.5	42
Gambar 2.6	42
Gambar 2.7	43
Gambar 2.8	45
Gambar 2.9	45
Gambar 2.10	45
Gambar 2.11	45
Gambar 2.12	47
Gambar 2.13	49