

**Representasi Maskulinitas dalam Iklan *Skin Care* Korea Selatan**  
**(Studi Semiotika Roland Barthes Iklan *Nature Republic Provence Calendula Ice Puff Sun* versi EXO di Instagram)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi**



**ESTADILA RAMADHANI**

**1161923016**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Estadila Ramadhani**

**NIM : 1161923016**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 08 Desember 2018**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Estadila Ramadhani  
NIM : 1161923016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul : Representasi Maskulinitas dalam Iklan *Skin Care* Korea Selatan  
(Studi Semiotika Roland Barthes Iklan *Nature Republic Provence Calendula Ice Puff Sun* versi EXO di Instagram)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing I : Dessy Kania, B.A., M.A  
Penguji I : Prima Mulyasari A., S.Sos., M.So., Dr  
Penguji II : Hanny Nurahmawati, M.Ikom

Ditetapkan : Jakarta  
Tanggal : 08 Desember 2018

Handwritten signatures of the examiners and supervisor. The top signature is 'Dessy Kania', the middle one is 'Prima Mulyasari A.', and the bottom one is 'Hanny Nurahmawati'.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Al-hamdu lillahi rabbil 'alamin penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan berkah dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Karya Akhir yang berjudul 'Representasi Maskulinitas dalam Iklan *Skin Care* Korea Selatan (Studi Semiotika Roland Barthes Iklan *Nature Republic Provence Calendula Ice Puff Sun* versi EXO di Instagram)'.

Penulis sadar bahwa Tugas Karya Akhir ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak masa perkuliahan hingga sampai pada tahap penyusunan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Ibunda tercinta Lia Mahdalia dan Ayahanda tercinta Alm. Ardi Syaputra selaku kedua orang tua penulis yang senantiasa berdoa dan menjadi pemacu dalam hal pendidikan yang penulis jalani.
2. Wanda Ardini dan Jihan Elifa Qanita selaku kedua adik kandung penulis yang selalu menyemangati penulis, semoga bisa melanjutkan perjuangan untuk membanggakan orang tua.
3. Ruhyati selaku nenek penulis yang selalu menjadi tempat mencurahkan isi hati penulis.
4. Dra. Surhayanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie
5. Dessy Kania, B.A., M.A., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai dengan baik dan benar.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang senantiasa memberikan ilmu pengetahuan dalam masa perkuliahan.

7. Seluruh staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang senantiasa membantu penulis dalam mengurus administrasi perkuliahan dan tugas akhir ini.
8. Teman-teman kelas *Marcomm* B yang selalu memberikan gelak tawa setiap malam di perkuliahan, terlebih kepada Novi, Tiara, Winda, Elsa, Pipi, Tri, Oji, Rama, Ferry.
9. Sahabat penulis Hanum, Nanda, Hamdan, Zakiy yang selalu memberikan semangat baik dalam hal perkuliahan maupun diluar perkuliahan.
10. Shufi Anandipinto yang untuk kali kedua masuk kedalam ucapan terima kasih di karya penulis, terima kasih.

Dalam penulisan karya akhir ini, penulis menyadari masih adanya kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaa karya akhir ini. Penulis berharap karya akhir ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca.

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Estadila Ramadhani  
NIM : 1161923016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royal Noneklusif (No-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Representasi Maskulinitas dalam Iklan *Skin Care* Korea Selatan (Studi Semiotika Roland Barthes Iklan Nature Republic Provence Calendula Ice Puff Sun versi EXO di Instagram)”

Beserta perangkat yang ada (jika di perlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 Desember 2018

Yang menyatakan,

  
Estadila Ramadhani

## **Representasi Maskulinitas dalam Iklan *Skin Care* Korea Selatan**

**(Studi Semiotika Roland Barthes Iklan *Nature Republic Provence Calendula Ice Puff Sun* versi EXO di Instagram)**

Estadila Ramadhani

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa representasi maskulinitas dalam iklan skin care Korea Selatan “Nature Republic Provence Calendula Ice Puff Sun versi EXO” menggunakan analisis semiotika Roland Barthes. Penelitian kualitatif deskriptif ini dilakukan dengan menganalisa adegan per adegan yang muncul pada iklan Nature Republic Provence Calendula Ice Puff Sun dengan menggunakan metode semiotika Roland Barthes dengan melihat tanda dan makna denotatif, konotatif dan mitos maskulinitas. Untuk pengujian keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi data dari dokumen, jurnal-jurnal, artikel, dan literature yang sesuai dengan topik maskulinitas yang ingin di teliti. Penulis mengangkat topik ini dikarenakan *brand* kosmetik dari Korea Selatan yang sedang digandrungi oleh konsumen di Indonesia. Dengan *brand ambassador* pria yang ditunjuk oleh Nature Republic penulis merasa bahwa iklan ini memiliki keunikan sendiri dikarenakan produk yang di iklankan adalah produk yang dapat di pakai oleh wanita juga.

Kata kunci : representasi, maskulinitas, iklan

**Representation of Masculinity in South Korea's Skin Care Ads**

**(Roland Barthes' Semiotics Study of Nature Republic Provence Calendula's Ice Puff Sun EXO version on Instagram)**

Estadila Ramadhani

---

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the representation of masculinity in South Korean skin care advertisements "Nature Republic Provence of Ice Puff Sun Calendula EXO version " using Roland Barthes semiotics. This qualitative research was carried out by analyzing ad with per ad that appeared in Nature Republic Provence Calendula's Ice Puff Sun ad using Roland Barthes's semiotic method by looking at signs and denotative, connotative and masculine myths. To process the validity of the data, this study uses triangulation of data from documents, journals, articles, and literature in accordance with the topic of masculinity that you want to examine. The author released this topic as a cosmetic brand from South Korea that is being loved by consumers in Indonesia. With a male brand ambassador appointed by Nature Republic, the author feels that this advertisement has its own uniqueness because the product advertised is a product that can be used by women as well.*

*Keyword : representation, masculinity, advertisement*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
UCAPAN TERIMAKASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian .....	9
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Tinjauan Pustaka terkait dengan penelitian sebelumnya .....	11
2.2. Tinjauan Pustaka terkait dengan kerangka teoritis .....	21
2.2.1 Iklan .....	21
2.2.2 Representasi .....	23
2.2.3 Semiotika Roland Barthes.....	24
2.2.4 Maskulinitas .....	27
2.2.5 Metroseksual .....	31
2.3. Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	35
3.1. Metode Penelitian .....	35

3.2. Objek Penelitian.....	35
3.3. Sumber Data dan Pengumpulan Data .....	37
3.3.1 Sumber Data.....	37
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel .....	38
3.4.1 Definisi Konseptual .....	38
3.4.2 Definisi Operasionalisi Konsep .....	39
3.5. Teknik Analisis Data.....	40
3.5. Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	42
3.6. Keterbatasan Penelitian.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.1.1 Profil Nature Republic .....	44
4.2 Hasil Penelitian .....	47
4.2.1 Sinopsis Iklan .....	47
4.2.2 Analisis Makna Denotasi dan Konotasi.....	48
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 Representasi Maskulinitas dalam Iklan .....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	82
5.1 Simpulan .....	82
5.2 Saran .....	83
5.2.1 Saran Akademis .....	83
5.2.2 Saran Praktis .....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	14
Tabel 2.2 Jenis-jenis Media Utama Periklanan .....	22
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	39
Tabel 4.1 Adegan Iklan Nature Republic .....	48
Tabel 4.2 <i>Scene</i> yang Menunjukkan Pakaian Tokoh .....	68
Tabel 4.3 <i>Scene</i> yang Menunjukkan Rambut Para Tokoh .....	70
Tabel 4.4 <i>Scene Gesture</i> Mengibas-ngibaskan Tangan dan Menyeka Keringat	72
Tabel 4.5 <i>Scene</i> Tersenyum Satu Sama Lain .....	73
Tabel 4.6 <i>Scene</i> Memegang Wajah .....	74
Tabel 4.7 <i>Scene</i> Pengaplikasian Produk ke Wajah .....	74
Tabel 4.8 <i>Scene</i> Perubahan Ekspresi Tokoh dan Pengaplikasian Produk .....	75
Tabel 4.9 <i>Scene</i> Berjalan Bersama .....	76
Tabel 4.10 <i>Scene</i> yang Menunjukkan Pekerjaan & Aktifitas Tokoh .....	77
Tabel 4.11 <i>Scene</i> Dialog Tokoh .....	79

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Iklan Produk Perawatan Tubuh Pria di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Persentase Kosmetik dan Skin Care Korea Selatan di Indonesia	4
Gambar 1.3 Iklan Produk Skin Care Korea Selatan .....	5
Gambar 1.4 Iklan Produk Skin Care yang di Teliti .....	6
Gambar 1.5 Akun Instagram Nature Republic Indonesia.....	7
Gambar 1.6 Data Persentase Pengguna Media Sosial di Indonesia .....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	34
Gambar 3.1 Cuplikan Iklan Nature Republic .....	36
Gambar 4.1 Logo Nature Republic .....	44
Gambar 4.2 Produk Nature Republic .....	45
Gambar 4.3 EXO sebagai <i>brand ambassador</i> Nature Republic.....	46