

**ANALISIS ISI KUALITATIF CITRA PEREMPUAN FIT  
DALAM IKLAN YOUTUBE *SPORTSWEAR GYMSHARK THE  
FLEX EFFECT***

**TUGAS AKHIR**



**ALFIRA FATHIA ZAHRA**

**1181903003**

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

**JAKARTA**

**2020**

**ANALISIS ISI KUALITATIF CITRA PEREMPUAN FIT  
DALAM IKLAN YOUTUBE *SPORTSWEAR GYMSHARK THE  
FLEX EFFECT***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**ALFIRA FATHIA ZAHRA**

**1181903003**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

## 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: Alfira Fathia Zahra**

**NIM: 1181903003**

**Tanda Tangan:**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Alfira Fathia Zahra', written in a cursive style.

**Tanggal: 28 September 2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama: Alfira Fathia Zahra

NIM: 1181903003

Program Studi: Komunikasi

Fakultas: Ekonomi Dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi: Analisis Isi Kualitatif Citra Perempuan Fit dalam Iklan Youtube *Sportswear Gymshark The Flex Effect*

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing: Dr. Tuti Widiastuti, M.Si

Penguji Ahli Satu: Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S.M

Penguji Ahli Dua: Dianingtyas M. Putri, S.Sos, M.Si

(  )  
(  )  
(  )

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal: 28 September 2020

## UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmatNya, peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **Analisis Isi Kualitatif Citra Perempuan Fit dalam Iklan Youtube Sportswear Gymshark The Flex Effect**, yang dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Peneliti sadar bahwa kelancaran skripsi ini tidak akan tercapai tanpa bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Maka karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

**1. Ibu Suharyanti, M.S.M**

Ucapan terimakasih peneliti haturkan kepada Ibu Suharyanti, MSM selaku Ketua Program Studi Komunikasi atas kontribusi besarnya selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Bakrie.

**2. Ibu Dr. Tita Djuitaningsih, S.E, M.Si., Ak., CA**

Rasa terimakasih juga peneliti ucapkan kepada Ibu Dr. Tita Djuitaningsih, SE., M.Si., Ak., CA selaku Kepala Program Kelas Karyawan atas arahan dan semangatnya sejak peneliti masih mahasiswa baru hingga kini.

**3. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si**

Tak lupa, terimakasih banyak peneliti ucapkan kepada Ibu Dr. Tuti Widiastuti M.Si selaku pembimbing akademik yang telah sangat sabar memberikan bimbingan, masukan yang membangun dan motivasi dari awal perkuliahan hingga sekarang. Jasa dan ilmu dari Ibu tak akan pernah saya lupakan.

**4. Ibu Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S.M**

Terimakasih banyak pula peneliti ucapkan kepada Ibu Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S.M selaku Ketua Sidang yang baik hati dan senantiasa sabar memberikan saya motivasi serta masukan dan saran dalam penelitian ini.

**5. Miss Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos, M.Si**

Terimakasih banyak peneliti ucapkan kepada Miss Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos, M.Si selaku Pembahas Sidang yang telah memberikan

bimbingan dan saran yang sangat membangun. Ilmu dan pembelajaran dari Miss akan peneliti ingat selalu.

**6. Orang Tua serta Keluarga**

Terimakasih tak terhingga penulis ucapkan kepada orangtua dan keluarga peneliti. Tanpa dukungan mama, papa dan Fathan, penulis tidak akan sanggup untuk melewati rintangan dan untuk bangkit kembali. Terimakasih atas segalanya.

**7. Sgt. Cemal Tekin Kutsal B.Sc**

Partner dan teman penulis dikala susah dan senang, terimakasih untuk selalu mau berjuang bersama, ada dan setia untuk peneliti walaupun jauh dan membantu kelancaran tugas akhir ini.

**8. Teman-teman Ilkom Marketing Communication Kelas Karyawan B**

Terimakasih sudah menemani berjuang bersama, kenangan bersama kalian tidak akan peneliti lupakan.

Jakarta, 28 September 2020

**Alfira Fathia Zahra**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Alfira Fathia Zahra

NIM: 1181903003

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 Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**ANALISIS ISI KUALITATIF CITRA PEREMPUAN FIT DALAM IKLAN  
YOUTUBE SPORTSWEAR GYMSHARK THE FLEX EFFECT**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 28 September 2020

Yang menyatakan



**ALFIRA FATHIA ZAHRA**

**ANALISIS ISI KUALITATIF CITRA PEREMPUAN FIT DALAM IKLAN  
YOUTUBE SPORTSWEAR GYMSHARK *THE FLEX EFFECT***

**ALFIRA FATHIA ZAHRA**

---

**ABSTRAK**

Citra sangat erat kaitannya dengan media karena dianggap memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi khalayak tentang produk yang ditawarkan. Tidak jarang pengiklan memanfaatkan figur perempuan sebagai objeknya. Objek yang ditampilkan dalam iklan tidak semata-mata tampil apa adanya tetapi telah dikonstruksi melalui proses pencitraan, dan didalam citra perempuan terdapat konstruksi sosial terhadap peran gender perempuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perempuan fit dicitrakan dalam iklan produk olahraga dan kebugaran. Selain itu, penelitian ini ditinjau dari konsep peran gender dan berdasarkan kategorisasi citra perempuan di media temuan Tomagola . Harapan dari penelitian ini adalah munculnya pemikiran kritis terhadap iklan di media selaku agen perubahan yang memiliki peranan besar dalam mensosialisasikan nilai-nilai di masyarakat, sehingga di masa yang akan datang pandangan terhadap perempuan dapat lebih proposional. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi dokumentasi dan *in-depth interview*. Sedangkan uji keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra perempuan dalam iklan Gymshark *The Flex Effect* dikategorikan kedalam tiga citra yaitu Citra Pigura dan Citra Pergaulan yang mewakili peran publik yang menggambarkan perempuan sebagai makhluk yang memiliki keharusan untuk sungguh-sungguh merawat dirinya, menonjolkan daya tarik biologisnya dan mengaksentuasikan bagian tubuh tertentu sehingga dapat tampil memikat agar dapat diterima di arena pergaulan luas, serta Citra Peraduan yang mewakili peran domestik yang memposisikan perempuan sebagai objek kepuasan laki-laki.

**Kata kunci:** Citra Perempuan, Peran Perempuan, Stereotip, Komodifikasi, Iklan.



# QUALITATIVE CONTENT ANALYSIS OF FIT WOMEN'S IMAGE IN YOUTUBE ADS OF GYMSHARK THE FLEX EFFECT SPORTSWEAR

ALFIRA FATHIA ZAHRA

---

## ABSTRACT

*Image is very closely related to the media because it is considered to have the ability to influence the audience's perception of the product being offered. It is not uncommon for advertisers to use female figures as their objects. The objects displayed in advertisements do not merely appear as they are but have been constructed through an image process, and in the image of women there is a social construction of women's gender roles. The purpose of this study was to determine how fit women are imaged in sports and fitness product advertisements. In addition, this research is reviewed from the concept of gender roles and based on Tomagola's categorization of women's images in media. The hope of this research is the emergence of critical thinking towards advertising in the media as an agent of change which has a major role in socializing values in society, so that in the future the view of women can be more proportional. This research uses qualitative content analysis method. Data collection techniques were carried out by means of documentation studies and in-depth interviews. While the data validity test was carried out using triangulation of sources. The findings in this study indicate that the image of women in the Gymshark advertisement The Flex Effect is categorized into three images, namely Figure Image and Social Image which represent public roles and depict women as creatures who have an obligation to really take care of themselves, highlight their biological attractiveness and accentuating certain body parts so that they can appear attractive so that they can be accepted in the wide social arena, as well as the Satisfactory Image which represents domestic role that positions women as the object of male satisfaction.*

**Keywords:** *Women's Image, Women's Role, Stereotypes, Commodification, Advertising.*

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....                              | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....   | iv   |
| UNGKAPAN TERIMAKASIH.....   | v    |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....                     | v    |
| ABSTRAK.....  | vi   |
| ABSTRACT.....   | vii  |
| DAFTAR ISI.....   | ix   |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xi   |
| DAFTAR TABEL.....   | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN.....  | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                   | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 4    |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 5    |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                       | 5    |
| 1.4.1 Manfaat Akademis.....                                       | 5    |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....  | 5    |
| BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....                                    | 6    |
| 2.1 Studi Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya.....       | 6    |
| 2.2.1 Analisis Isi Kualitatif (Qualitative Content Analysis)..... | 14   |
| 2.2.2 Citra.....  | 15   |
| 2.2.3 Citra Perempuan.....  | 16   |
| 2.2.4 Perempuan.....  | 18   |
| 2.2.5 Iklan.....  | 19   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....                                       | 20   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                    | 22   |
| 3.1 Metode Penelitian.....  | 22   |
| 3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....                              | 23   |
| 3.2.1 Obyek Penelitian.....                                       | 23   |

|   |    |
|---|----|
| 3.2.2 Subjek Penelitian .....   | 23 |
| 3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....                       | 23 |
| 3.3.1 Sumber Data .....   | 23 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....                                      | 24 |
| 3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....               | 24 |
| 3.5 Teknik Analisis Data .....  | 25 |
| 3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....                                | 25 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                            | 27 |
| 4.1 Gambaran Umum Gymshark.....   | 27 |
| 4.1.1 Profil Gymshark.....  | 27 |
| 4.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....                                | 28 |
| 4.3 Hasil Penelitian.....   | 33 |
| 4.3.1 Potongan Adegan dalam Iklan <i>Gymshark The Flex Effect</i> ..... | 33 |
| 4.5 Hasil Temuan Baru Penelitian .....                                  | 58 |
| 4.6 Keterbatasan Penelitian.....  | 59 |
| BAB V PENUTUP.....  | 60 |
| 5.1 Simpulan.....   | 60 |
| 5.2 Saran .....   | 61 |
| 5.2.1 Saran Akademis .....  | 61 |
| 5.2.2 Saran Praktis .....   | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 63 |
| LAMPIRAN.....   | 67 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Model Perempuan di Iklan Sportswear Gymshark ..... | 2  |
| Gambar 4.1 Logo Gymshark.....                                 | 28 |
| Gambar 4.2 Informan 1 (Inez Townson) .....                    | 30 |
| Gambar 4.3 Informan 2 (Larasati Shafira) .....                | 30 |
| Gambar 4.4 Informan 3 (Seda Sarioglu) .....                   | 32 |
| Gambar 4.5 Informan 4 (Nihan Gorgulu) .....                   | 32 |
| Gambar 4.7 Informan 5 (Nafilla Evan) .....                    | 33 |
| Gambar 4.7 Triangulator (Dr. Rahmat Edi Irawan) .....         | 35 |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 2.1 Matriks Jurnal Penelitian Terdahulu .....                               | 9  |
| Tabel 3.1 Definisi Konseptual.....  | 25 |
| Tabel 4.1 Adegan 1 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 34 |
| Tabel 4.2 Adegan 2 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 34 |
| Tabel 4.3 Adegan 3 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 36 |
| Tabel 4.4 Adegan 4 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 36 |
| Tabel 4.5 Adegan 5 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 37 |
| Tabel 4.6 Adegan 6 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 38 |
| Tabel 4.7 Adegan 7 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 38 |
| Tabel 4.8 Adegan 8 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 39 |
| Tabel 4.9 Adegan 9 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....              | 40 |
| Tabel 4.10 Adegan 10 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....            | 40 |
| Tabel 4.11 Adegan 11 dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> .....            | 41 |
| Tabel 4.12 Blanko Koding Citra Pigura dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> | 44 |
| Tabel 4.13 Blanko Koding Citra Pigura dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> | 52 |
| Tabel 4.14 Blanko Koding Citra Pigura dalam Iklan Gymshark <i>The Flex Effect</i> | 56 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| LAMPIRAN 1 Transkrip Wawancara ..... | 78 |
|--------------------------------------|----|