

**ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA MASKULINITAS  
PRIA METROSEKSUAL DALAM AKUN INSTAGRAM  
@OOTDINDOMEN**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**NUR RAHMAH  
1151903023**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2017**

**ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA MASKULINITAS  
PRIA METROSEKSUAL DALAM AKUN INSTAGRAM  
@OOTDINDOMEN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**NUR RAHMAH**

**1151903023**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2017**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Nur Rahmah

NIM : 1151903023

Tanda Tangan : ..........

Tanggal : 13 Maret 2017




## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Nur Rahmah  
NIM : 1151903023  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisa Semiotika Peirce Pada Maskulinitas Pria  
Metroseksual Dalam Akun Instagram @ootdindomen

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

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si (  )  
Pembahas : Eli Jamilah Mihardja, M.Si., Ph.D. (  )  
Penguji : Prima Mulyasari Agustini., S.Sos., M.Si., Dr. (  )  
  
Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 15 Maret 2017

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul, “ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA MASKULINITAS PRIA METROSEKSUAL DALAM AKUN INSTAGRAM @OOTDINDOMEN” tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Dalam proses penulisan Skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan kata terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Dra. Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Prodi Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.
3. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si. selaku Dosen Pembimbing peneliti. Terima kasih banyak Bu Tuti, atas bimbingan yang diberikan selama ini.
4. Dr. Afif Abbas dan Dr. Delhiana Thalib. selaku orang tua peneliti serta Siti Hajar dan Nur Aini Hanifiah selaku kakak kandung peneliti. Terima kasih Ayah, Mama, Uni dan Aini atas dukungan kalian baik secara moril dan materil selama 23 tahun ini.
5. Faridhian Anshari, M.A. selaku Dosen Riset Media Massa. Terima kasih Mas Alfa, atas bantuan dan arahan yang diberikan selama ini.
6. Eli Jamilah Mihardja M.Si., Ph.D. selaku pembahas seminar proposal. Terima kasih Bu Eli atas saran yang diberikan.
7. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas ilmu yang diberikan selama 3 semester ini.
8. Seluruh karyawan Universitas Bakrie.

9. Lidwina Anjani Putri terima kasih telah mendukung sebagai sahabat yang terbaik dalam memberikan semangat doa, serta mengingatkan untuk tetap menyelesaikan penelitian ini.
10. Andrey Jaya, Annisa Permata, Athaya Hasna Julianti, dan Agita Wiranda. Terima kasih karena tetap setia mendukung dari gelar A.Md hingga menuju S.Iikom. Semoga kalian tetap sukses kedepannya.
11. Chairunisa Wini, Fitra Anisa. Dan Andila Trianjany selaku teman bimbingan yang selalu saling mendukung serta dapat saling bertukar pikiran selama penelitian ini berlangsung. Semoga kalian terus sukses ya.
12. Teman-teman Komunikasi Massa dan Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie *Batch* 4 yang ikut bekerja sama selama 1,5 tahun ini.
13. Kak Paul Rozi dan Mbak Anita Dhewy selaku narasumber dalam penelitian ini. Terima kasih atas waktunya dan perbincangannya dalam membicarakan penelitian ini dan melancarkan penelitian ini.
14. Vania Chiquitta, Sarah Cevi, dan Tiara Nabilla sebagai sahabat yang terus menerus menemani dalam keadaan sedih dan senang.
15. Dan tentunya masih banyak pihak lain yang turut membantu dalam pembuatan penelitian ini, namun mohon maaf tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari akan penelitian yang masih belum sempurna. Akhir kata peneliti mohon maaf apabila ada kekurangan maupun kesalahan penulisan dalam penelitian skripsi ini. Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya

Jakarta, Maret 2017



Nur Rahmah

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Nur Rahmah  
NIM : 1151903023  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi  
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 SEMIOTIKA PEIRCE PADA MASKULINITAS PRIA METROSEKSUAL DALAM AKUN INSTAGRAM @OOTDINDOMEN”

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 skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 3 Maret 2017

Yang menyatakan

  
(Nur Rahmah)

# ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE PADA MASKULINITAS PRIA METROSEKSUAL DALAM AKUN INSTAGRAM @OOTDINDOMEN

NUR RAHMAH

---

## ABSTRAK

Pria pada zaman modern ini sudah bergeser perkembangannya dalam memperhatikan penampilan. Pengaruh media juga menjadi faktor pergeseran sikap pria dalam memperhatikan penampilan. Instagram @ootdindomen menjadi salah satu media sosial yang mengusung *Outfit Of The Day For Indonesia Men* sebagai rujukan gaya pria dalam bentuk foto-foto OOTD sehari-hari. Maskulinitas pria pun dipertanyakan dan berkembangnya pria metroseksual menjadi problema dalam penelitian ini. Dengan memakai metode penelitian kualitatif dan teknik analisis semiotika Peirce, data penelitian dilihat dari unsur triadik dan 10 klasifikasi sistem tanda Peirce. Hasil tersebut pun diperkuat dengan studi pustaka dan wawancara dengan pengamat sebagai penguat data penelitian. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa di dalam sistem ikon terdapat banyaknya kesamaan gaya yang terlihat feminin baik dari aksesoris, maupun model pakaian dan pemilihan gaya rambut, kemudian di sistem indeks ditemukan pria memiliki tujuan tertentu dalam bergaya, serta ingin terlihat *fashionable* namun terlihat maskulin dengan bentuk tubuhnya. Di dalam sistem simbol yang ditunjukkan bahwa pria menggunakan aksesoris sebagai kebutuhan dalam gaya busana sehari-hari untuk menampilkan selera busana yang dipakai. Akun Instagram @ootdindomen merupakan penggambaran pria metroseksual yang diungkapkan oleh Mark Simpson penemu konsep metroseksual. Maskulinitas lama yaitu *hegemonic masculinity* sudah bergeser dengan adanya kebutuhan pria urban terhadap gaya busana yang dipakai sehari-hari. Dalam foto-foto yang dianalisis pun ditemukan adanya kesamaan gaya pria dengan menonjolkan sisi feminin namun gaya maskulin tetap menjadi gaya dominan pria tersebut. Namun munculnya pria metroseksual tidak menghilangkan *hegemonic masculinity* pria di dalam dirinya karena penampilan tidak selalu sebanding lurus dengan sikap dan perilaku.

Kata kunci: semiotika peirce, maskulinitas, pria metroseksual, Instagram



**ANALYSIS OF SEMIOTIC PEIRCE TO MASCULINITY METROSEXUAL  
MEN IN INSTAGRAM ACCOUNT @OOTDINDOMEN**

NUR RAHMAH

---

**ABSTRACT**

*The man in this modern era has shifted its development in his appearance. The influence of the media is also a factor in the shift in the attitudes of men to caring about his appearance. Instagram @ootdindomen become one of the social media that carries Outfit Of The Day For Men Indonesia as a reference to his style in the form of photographs of everyday OOTD men. Masculinity man was questioned and development of the metrosexual male is problematic in this study. By using qualitative research methods and analysis techniques semiotics Peirce, seen from the research data elements and 10 triadic classification system of signs Peirce. These results are also confirmed by the literature and interviews with analysts as a reinforcement of research data. Results showed that in the system of the icon are many similarities style look feminine kind of accessories, as well as models of clothing and selection of hairstyles, then in the index system found men have a particular destination in style, and wants to look fashionable yet masculine look with body shape , In the system of symbols shown that men use accessories as needs in everyday fashion style to display the clothing worn tastes. The result showed that Instagram @ootdindomen is a depiction of the metrosexual male expressed by Mark Simpson inventor of the concept of the metrosexual. Old masculinity as a hegemonic masculinity has been shifted to the needs of the urban man fashion styles. In the photographs were analyzed also found similarities with the man style accentuate the feminine yet masculine style remains the dominant style of the man. But the advent of the metrosexual man does not eliminate hegemonic masculinity man inside his looks are not always comparable straight with the attitude and behavior of masculinity.*

*Keywords: semiotic peirce, male masculinity, metrosexual, semiotic, Instagram.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTARLAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>2. KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	10
2.1 Tinjauan Pustaka Terhadap Penelitian Sebelumnya .....	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran .....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
<b>3. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	36
3.1. Metode Penelitian .....	36
3.2. Objek Penelitian.....	37
3.3. Sumber Data.....	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5. Operasionalisasi Konsep.....	39
3.6. Teknik Analisis Data.....	42
3.7. Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	43
3.8. Keterbatasan Penelitian.....	44
<b>4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	45
4.1. Profil Instagram @ootdindomen.....	45
4.2. Hasil Penelitian .....	48
4.3. Pembahasan.....	94
<b>5. PENUTUP</b> .....	112
5.1. Kesimpulan.....	112
5.2. Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	114
<b>LAMPIRAN</b> .....	117

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Profil Akun @ootdindomen .....	4
Gambar 2.1. Struktur Triadik Peirce .....	20
Gambar 2.2. <i>The Face, March 1985</i> .....	27
Gambar 2.3. <i>Italian American version</i> .....	28
Gambar 2.4. <i>Conservativeness English</i> .....	29
Gambar 3.1. <i>Post</i> foto Instagram @ootdindomen.....	35
Gambar 4.1. Situs OOTDINDO.COM.....	44
Gambar 4.2. Foto Pertama <i>Postingan</i> Instagram @ootdindomen .....	45
Gambar 4.3. <i>Post Gathering</i> Instagram @ootdindomen.....	45
Gambar 4.4. <i>Post Acara Men's Fashion Week 2014</i> .....	46
Gambar 4.5. Instagram @ootdindomen 5 Desember 2016.....	50
Gambar 4.6. Instagram @ootdindomen 16 Oktober 2016.....	52
Gambar 4.7. Instagram @ootdindomen 22 Juni 2016 .....	53
Gambar 4.8. Instagram @ootdindomen 21 Juni 2016 .....	54
Gambar 4.9. Instagram @ootdindomen 9 Mei 2016.....	55
Gambar 4.10. Instagram @ootdindomen 5 April 2016.....	56
Gambar 4.11. Instagram @ootdindomen 20 Februari 2016.....	57
Gambar 4.12. Foto contoh pakaian model .....	90
Gambar 4.13. <i>Post</i> Instagram @ootdindomen 20 Oktober 2016.....	92
Gambar 4.14. <i>Post</i> Instagram @ootdindomen 16 Mei 2016.....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Hasil Penelitian Sebelumnya .....	11
Tabel 2.2. Contoh Tabel Aspek Semiotika Peirce .....	23
Tabel 2.3. Tabel Klasifikasi Media Sosial .....	30
Tabel 3.1. Tabel Konseptual dan Operasional Data.....	38
Tabel 4.1. Deskripsi Objek Penelitian Foto Instagram @ootdindomen .....	47
Tabel 4.2. Hasil Klasifikasi Tanda Ikon di Semiotika Peirce .....	58
Tabel 4.3. Hasil Klasifikasi Tanda Indeks di Semiotika Peirce .....	70
Tabel 4.4. Hasil Klasifikasi Tanda Simbol di Semiotika Peirce .....	82

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Transkrip Wawancara Paul Rozi.....	104
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Anita Dewy.....	110