

**RESEPSI GENERASI Z TERHADAP REPRESENTASI
KONSEP GENDER PADA BILLBOARD PANTENE
VERSI CAT KONDI KE-CHARGED**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



AQSAN MAJID GHIFARY

1211003137

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

2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan
sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan benar.**

Nama : Aqsan Majid Ghifary

NIM : 1211003137

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Februari 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Aqsan Majid Ghifary
NIM : 1211003137
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Resepsi Generasi Z Terhadap Representasi Konsep Gender Pada Billboard Pantene Versi Cat, Kondi, Ke-Charged

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Hanny Nurahmawati S.Ikom, M.Ikom (Hanny Nurahmawati)
Pembahas 1 : Suharyanti, M.S.M, Ph.D (Suharyanti)
Pembahas 2 : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si (Dianingtyas Murtanti Putri) (27.02.2026)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 FEBRUARI 2026

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta Kesehatan sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Resepsi Generasi Z terhadap Representasi Konsep Gender pada Billboard Pantene Versi Cat, Kondi, Ke-Charged”. Adapun tujuan dari penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Dalam proses penyusunan tugas akhir ini tak terlepas dari dukungan serta bimbingan berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT

Berkat rahmat dan kehendak-Nya, penulis dapat diberikan kekuatan, kelancaran, hingga perlindungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis sangat bersyukur atas segala nikmat kemudahan yang selalu Engkau berikan, *terima kasih Ya Allah*.

2. Almh Ibu dan Alm Ayah Tercinta

Terima kasih kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang, doa, hingga dukungan selama penulis sedari kecil hingga penulis tumbuh besar. Semoga Ibu dan Ayah bisa turut bangga *di sana* dengan penulis yang telah menyelesaikan tugas akhir ini meskipun gelar S.I.Kom ini belum bisa penulis persembahkan secara langsung. *Al-Fatihah*.

3. Mba Zahra

Terima kasih sudah menjadi kakak terbaik dengan kian mendukung, mendoakan, serta memberikan semangat dari awal hingga akhir dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

4. Ma’am Dr. Hanny Nurahmawati, M.I.Kom

Terima kasih sebesar-besarnya kepada Ma’am Hanny selaku dosen pembimbing penulis yang telah meluangkan waktu sehari-harinya dalam membimbing, memberikan saran & arahan, serta motivasi yang sangat membantu kepada penulis agar penyusunan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan lancar.

5. Ibu Suharyanti, M.S.M, Ph.D dan Miss Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si

Terima kasih kepada Ibu Suharyanti selaku dosen penguji I dan Miss Dian selaku dosen penguji II atas masukan serta saran yang membangun agar membuat tugas akhir ini menjadi jauh lebih baik.

6. Miss Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si.

Terima kasih kepada Miss Ajenk selaku triangulator penulis yang telah memberikan validasi atas kontribusi keilmuan dalam bidang Ilmu Komunikasi sehingga dapat memperkuat hasil analisis dari tugas akhir ini.

7. Yayi dan Naila

Terima kasih kepada Yayi dan Naila yang selalu membantu, memberikan dukungan moral, serta siap sedia ketika penulis dalam keadaan suka maupun duka. Terima kasih telah menjadi tempat berkeluh kesah hingga menjadi tempat bercerita selama proses penyusunan tugas akhir ini. *Thank you for always be there for almost 22 years, couldn't ask for anything more.*

8. Teman-teman terdekat Penulis

Terima kasih kepada Vinzka, Athiya, Intan, Farsya, Chatabella, Andin, Eca, Ave, Rezanissa, Ariq, dan Putri yang selalu memberikan dukungan, canda tawa, serta kebersamaan selama perjalanan perkuliahan penulis sampai di tahap menyelesaikan penyusunan tugas akhir. Setiap memori yang berlalu bersama kalian akan tersimpan rapih dan akan teringat selamanya. *You guys are the reason my unbearable could be bearable, will miss you guys a lot! I love you guys tremendously.*

9. Uchan, Irshad, dan Pandu

Terima kasih kepada Uchan, Irshad, dan Pandu yang selalu me-motivasi penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini disertai dengan candaan kala penulis merasa kurang termotivasi dalam mengejar gelar ini.

10. Haechan, Red Velvet, New Jeans, æspa, NCT Dream, NCT 127, NCT DJJ, NCT Wish, RIIZE, IVE, SZA, Daniel Caesar, NIKI, & Sabrina Carpenter.

Terima kasih kepada seluruh anggota grup maupun artis favorit penulis yang senantiasa menemani selama penyusunan tugas akhir ini melalui karya

musik maupun penampilannya yang selalu penulis dengarkan serta tonton berulang kali. Berkat kehadiran kalian, *all those rough days feel much lighter and easier*; terkhusus Haechan dengan album ‘TASTE’ yang selalu menemani penulis 24/7 selama penulisan tugas akhir ini.

11. Barista Kopi Kenangan, Fore Coffee, Tuku, dan Teazzi

Terakhir, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada setiap barista yang telah menerima dan membuatkan pesanan penulis selama penulisan tugas akhir ini, sehingga penulis dapat memiliki energi tambahan untuk bersemangat kembali dalam penyusunan tugas akhir ini.

Demikian ucapan terima kasih ini penulis sampaikan sebagai rasa syukur atas segala dukungan, doa, dan dorongan yang telah diberikan oleh berbagai pihak selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Jakarta, 12 Februari 2026



Aqsan Majid Ghifary

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Aqsan Majid Ghifary
NIM : 1211003137
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Resepsi Generasi Z terhadap Representasi Konsep Gender pada Billboard Pantene Versi Cat, Kondi, Ke-Charged

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 12 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Aqsan Majid Ghifary

**RESEPSI GENERASI Z TERHADAP REPRESENTASI KONSEP
GENDER PADA BILLBOARD PANTENE VERSI CAT, KONDI, KE-
CHARGED**

Aqsan Majid Ghifary

ABSTRAK

Pergeseran representasi gender di dunia iklan semakin marak ditemukan, terutama dalam iklan produk perawatan rambut seperti Pantene. Dalam penelitian ini akan membahas bagaimana resepsi khalayak Generasi Z terhadap pemahaman konsep gender yang direpresentasikan dalam billboard Pantene versi ‘Cat, Kondi, Ke-Charged’. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk menganalisis secara komprehensif dari resepsi Generasi Z terhadap representasi tersebut menurut tiga posisi resepsi Stuart Hall. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam kepada 6 informan yang terbagi dua kelompok menjadi pengguna Pantene dan non-pengguna sekaligus observasi secara langsung di lokasi objek penelitian untuk mendapatkan hasil pemahaman mereka terhadap representasi konsep gender pada billboard. Hasil penelitian menunjukkan terdapat 4 informan berada di posisi *dominant-hegemonic* terhadap makna inklusifitas; dan 2 informan berada di *negotiated* akibat terinternalisasi konsep gender kaku yang masih tertanam. Menariknya, konsep feminim dan maskulin dipahami oleh keseluruhan informan bukan sebagai sesuatu yang kaku dalam pelabelan seseorang; dan juga ditemukan adanya indikasi representatif seseorang yang androgini dari kombinasi kedua karakteristik gender dalam satu tubuh bintang iklan.

Kata Kunci: *Resepsi Khalayak, Gender, Representasi, Iklan Billboard*

**RESEPSI GENERASI Z TERHADAP REPRESENTASI KONSEP
GENDER PADA BILLBOARD PANTENE VERSI CAT, KONDI, KE-
CHARGED**

Aqsan Majid Ghifary

ABSTRACT

The shift in gender representation within the advertising industry has become increasingly prevalent, particularly in hair care product advertisement such as Pantene. This study examines how Generation Z audience interpret and respond to the conceptualization of gender represented in the Pantene Billboard 'Cat, Kondi, Ke-Charged' version. The objective of this research is to comprehensively analyze Generation Z's reception of such representation based on the Stuart Hall's three reception position. This research utilizes a qualitative method with a case study approach. Data were conducted through in-depth interviews with six informants, divided into two groups consisting of Pantene users and non-users, as well as direct observation at the research site to obtain insights into their understanding of the representation of gender. The findings indicate that four informants are in the dominant-hegemonic position in interpreting the meaning of inclusivity, while two informants fall within the negotiated position: as it perceived a less aligned of representation due to the internalization of rigid gender concepts. Interestingly, both feminine and masculine concept are being understood as not a rigid label attached to individuals by the informant. Moreover, there is an indication of androgynous representation reflected by the combination of gender characteristic in the billboard.

Keywords: Audience Reception, Gender, Representation, Billboard

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Konsep yang Relevan.....	14
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2 Iklan/Advertising.....	15
2.1.3 Iklan Out-of-home.....	17
2.1.4 Representasi	18
2.1.5 Analisis Resepsi Khalayak.....	20
2.1.6 Gender.....	22
2.1.7 Generasi Z	25
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	28
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Desain dan Pendekatan.....	42
3.2 Objek dan Subjek Penelitian.....	43
3.2.1 Objek Penelitian	43
3.2.2 Subjek Penelitian.....	44
3.3 Pengumpulan Data.....	45
3.3.1 Data Primer	45
3.3.2 Data Sekunder	46

3.4 Analisis Data	46
3.5 Triangulasi Data.....	48
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	54
4.1.1 Profil Pantene	54
4.1.2 Billboard Pantene Versi ‘Cat, Kondi, Ke-Charged’	56
4.1.3 Profil Narasumber	60
4.1.4 Profil Triangulator.....	64
4.2 Penyajian Data	64
4.2.1 Karakteristik Gen Z.....	64
4.2.2 Gender.....	72
4.2.3 Resepsi Khalayak Stuart Hall.....	80
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	89
4.3.1 Resepsi Generasi Z terhadap Konteks Genderless pada Representasi Konsep Gender dalam Billboard.....	89
4.3.2 Pemahaman Generasi Z terhadap Konsep Feminim dan Maskulin	95
4.3.3 Representasi Figur Androgini dalam Billboard	101
BAB V.....	106
KESIMPULAN.....	106
5.1 Simpulan	106
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	107
5.3 Saran.....	108
5.3.1 Saran Untuk Penelitian Berikutnya	108
5.3.2 Saran Untuk Industri/ Lembaga/Subyek	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Billboard Somethinc.....	4
Gambar 1. 2 Billboard Sunsilk.....	6
Gambar 1. 3 Billboard Pantene versi Cat, Kondi, Ke-Charged	7
Gambar 1. 4 Konten dari pengguna Jaloe @jaldammm	10
Gambar 1. 5 Kumpulan komentar warganet yang menyetujui	11
Gambar 1. 6 Kumpulan komentar warganet yang memiliki perspektif yang berbeda	11
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 3. 1 Billboard Pantene	43
Gambar 4. 1 Produk Pantene.....	54
Gambar 4. 2 TVC Pantene “Don’t hate me because I’m beautiful”	55
Gambar 4. 3 TVC Pantene Rambut Ke-Charged versi Maudy Ayunda	57
Gambar 4. 4 TVC Pantene Rambut Ke-Charged versi Keanu Angelo	58
Gambar 4. 5 Billboard Pantene versi Cat, Kondi, Ke-Charged	59
Gambar 4. 6 Balqisa Allamah Nur	60
Gambar 4. 7 Andi Annisa Ivana Putri.....	60
Gambar 4. 8 Sayyid Dzikri al-Hafiy	61
Gambar 4. 9 Sasha Azzahra	62
Gambar 4. 10 Farsya Saffanah	62
Gambar 4. 11 Angga Trias Syahputra.....	63
Gambar 4. 12 Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si.	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Stereotip Gender dalam Masyarakat (Rokhmansyah, 2016)	23
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Operasionaliasi Konsep.....	49