

**BERMAIN DENGAN GENDER : SEBUAH ANALISIS SEMIOTIKA
TERHADAP PRAKTIK *CROSSDRESSING* DALAM IKLAN
APLIKASI KARAOKE STARMAKER**

TUGAS AKHIR



AHMAD ABIANSYAH

1151003176

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ahmad Abiansyah

NIM : 1151003176

Menyatakan bahwa Tugas akhir ini adalah hasil karya Saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah Saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 09 Mei 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ahmad Abiansyah', with a stylized flourish at the end.

Ahmad Abiansyah

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama Ahmad Abiansyah

NIM 1151003176

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Bermain dengan Gender (Sebuah Analisis Semiotika Terhadap Praktik Crossdressing dalam Iklan Aplikasi Karaoke Starmaker)

Telah berhasil di pertaruhkan 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.

Pembimbing Adek Risma Dedees, S.S., M.A.,

()

Penguji I Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr

()

Penguji II Dessy Kania, B.A., M.A., Dr.

()

Ditetapkan di Universitas Bakrie, Jakarta

Pada 6 April 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur hanya bagi Allah SWT yang telah memberikan kesempatan serta kesehatan kepada penulis untuk menyelesaikan serangkaian proses dalam penulisan tugas akhir sehingga dapat terlaksana dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi jurusan komunikasi pemasaran Universitas Bakrie. Penulis diberi kesempatan untuk melakukan penelitian terhadap sebuah penelitian tentang permainan gender yang terdapat pada sebuah iklan aplikasi karaoke Starmaker yang berjudul *Bermain Dengan Gender (Sebuah Analisis Semiotika Terhadap Praktik Crossdressing dalam Iklan Aplikasi Karaoke Starmaker)*. Penulisan Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan baik tak lepas dari dukungan beberapa pihak yang sangat berpengaruh. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karuniannya sehingga Tugas Akhir ini bisa diselesaikan dengan baik.
2. Mamah, Ayah, Kakak dan Keluarga tercinta yang selalu menyemangati dan mendo'akan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.
3. Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan masukan serta meluangkan banyak waktunya bagi penulis dalam pembuatan tugas akhir ini.
4. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si, Dr dan Dessy Kania, B.A., M.A., Dr. selaku dosen penguji Tugas Akhir yang telah memberikan penilaian serta masukan untuk perbaikan kepada penulis setelah sidang berakhir.
5. Seluruh jajaran dosen/pengajar di program studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang sangat banyak selama masa perkuliahan kepada penulis.

6. Dhiyaa Izaazti R yang telah membantu dan menemani selama pengerjaan Tugas Akhir.
7. Teman-Teman Miu fams yang telah menyemangati dan menemani dalam proses penulisan Tugas Akhir.
8. Muhammad Rizky, Katamala Nurlaili, Jojo Kusnadi, Ananda Prima, Terry, Fachrurozi yang telah menemani dan membantu peneliti.
9. Teman-Teman mabar DPU Bray E-Sport yang telah menemani dan menghibur selama pembuatan Tugas Akhir.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ahmad Abiansyah
NIM : 1151003176
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:

“Bermain dengan Gender : Sebuah Analisis Semiotika Terhadap Praktik Crossdressing Dalam Iklan Aplikasi Karaoke Starmaker”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 09 Mei 2022



Ahmad Abiansyah

**BERMAIN DENGAN GENDER : SEBUAH ANALISIS
SEMIOTIKA TERHADAP PRAKTIK *CROSSDRESSING*
DALAM IKLAN APLIKASI KARAOKE STARMAKER**

Ahmad Abiansyah

ABSTRAK

Gender merupakan sebuah nilai-nilai sosial yang telah dibentuk sejak lama oleh lingkungan sosial budaya tentang peran fungsi sosial dari seorang laki-laki maupun wanita. Nilai yang telah dibentuk sejak lama tersebut pun menjadi acuan standar dari sosok laki-laki dan wanita itu sendiri. Namun, untuk pelaku cosplayer nilai-nilai tersebut tidak berlaku. Pelaku cosplay seakan bebas berekspresi memainkan peran gender yang telah dibentuk sejak lama. Pelaku cosplay dengan bebasnya memainkan peran sosok sebagai aktor, penyanyi, karakter anime dan lain sebagainya meskipun tokoh yang diperagakannya berseberangan dengan jenis kelamin aslinya. Gender ini pun dijadikan ide dari iklan-iklan yang mengusung sebuah konsep gender. Dalam penelitian ini peneliti memilih iklan yang mengusung konsep bermain dengan gender yang terdapat pada iklan aplikasi karaoke Starmaker. Jenis penelitian ini ialah kualitatif dengan menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce dalam menganalisis tanda-tanda yang menggambarkan gender yang ada dalam iklan tersebut.

Kata Kunci : Gender, Crossdress Cosplay, Iklan, Semiotika.

**PLAYING WITH GENDER : A SEMIOTICS ANALYSIS OF
CROSSDRESSING PRACTICES IN STARMAKER KARAOKE APP
ADVERTISING**

Ahmad Abiansyah

ABSTRACT

Gender is a social value that has been shaped for a long time by the socio-cultural environment about the role of social functions of a man and woman. The values that have been formed for a long time also become the standard reference of the figure of men and women themselves. However, for cosplayers these values do not apply. Cosplay actors seem to be free to express themselves by playing gender roles that have been formed for a long time. Cosplay actors freely play the role of figures as actors, singers, anime characters and so on even though the characters they display are opposite to their original gender. Gender is also used as an idea from advertisements that carry a gender concept. In this study, the researchers chose advertisements that carried the concept of playing with gender contained in the Starmaker karaoke application advertisement. This type of research is qualitative using the semiotic method of Charles Sanders Peirce in analyzing the signs that describe gender in the advertisement.

Keyword : Gender, Crossdress Cosplay, Advertising, Semiotics

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusuan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	11
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya	11
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2 Iklan	17
2.2.3 New Media	18
2.2.4 Gender	19
2.2.5 Maskulinitas dan Feminitas	20

2.2.6 Crossdress dan Cosplay	25
2.2.7 Semiotika	26
2.2.8 Semiotika Charles Sanders Peirce	27
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Metodologi Penelitian	30
3.2 Objek Penelitian	30
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.1 Sumber Data	31
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4 Unit Analisis	32
3.5 Definisi Konseptual dan Operasional Konsep	34
3.6 Teknik Analisis Data	36
3.7 Teknik Pengujian Keabsahan Data	36
3.8 Keterbatasan Penelitian	37
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Temuan Penelitian	40
4.3 Pembahasan	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60

LAMPIRAN 63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Iklan Ramayana dan Lazada 2

Gambar 1.2 Iklan Pahamify 6

Gambar 1.3 Iklan Starmaker 8

Gambar 1.4 Iklan Smule 8

Gambar 3.1 Iklan Starmaker 30

Gambar 4.1 Logo Starmaker 38

Gambar 4.2 Iklan Starmaker 41

Gambar 4.3 Iklan Starmaker 45

Gambar 4.4 Iklan Starmaker 50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 3.1	Tabel Unit Analisis Data	32
Tabel 3.2	Tabel Operasional Konsep	35