

**RESEPSI AUDIENS TERHADAP MASKULINITAS LAKI-LAKI  
INDONESIA DALAM IKLAN “AXELERATE WEB SERIES”**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Strata-1 (S1) pada

program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**Fahmi Sutan Maharjo**

**20140530187**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2019**

**i**

**HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI**

Naskah publikasi dengan judul:

**RESEPSI AUDIENS TERHADAP MASKULINITAS LAKI-LAKI  
INDONESIA DALAM IKLAN “AXELERATE WEB SERIES”**

Oleh:

**Fahmi Sutan Maharjo**

**20140530187**

Yang disetujui oleh :

**Dosen Pembimbing**

**Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom.**

## ABSTRAK

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Departemen Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Fahmi Sutan Maharjo (20140530187)**

**Resepsi Audiens Terhadap Maskulinitas Laki-Laki Indonesia dalam Iklan  
“Axelerate Web Series”**

**Tahun Skripsi: 2019 + 80 Halaman**

**Daftar Pustaka: 16 Buku + 10 Jurnal + 5 Sumber Online**

Dalam hal sebuah periklanan, *Axe* memberikan terobosan baru dengan penyajian iklan berupa sebuah film pendek yang lebih dikenal sebagai *web series* diperankan oleh *brand ambassador Axe* yaitu Chicco Jerikho, Keenan Pearce dan Arifin Putra yang akan disiarkan di media komunikasi internet *youtube* yang masing-masing memerankan tiga karakter berbeda. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui resepsi audiens terhadap maskulinitas laki-laki indonesia dalam iklan “*Axelerate Web Series*”

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif mengenai resepsi audiens dalam hal ini audiens yang merupakan penikmat *Axelerate Web Series* di *youtube chanel*. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara terhadap lima orang informan yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Selain itu peneliti juga menggunakan studi pustaka sebagai data sekunder penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan *Web series “Untold Story”* menceritakan true story pengalaman hidup 3 brand ambassador *Axe* yang merupakan cerminan maskulinitas. Kelima informan memiliki pandangan bahwa sosok Keenan merupakan laki-laki maskulin yang keren, dapat melalui tekanan dan berani mengambil keputusan. Sedangkan figur Chicco para informan menyetujui sosok maskulin yang digambarkan pada kriteria berani bertanggung jawab, menentukan pilihan dalam hidup. Selanjutnya, figur Arifin Putra kelima informan setuju terhadap teks media yang menunjukkan maskulinitas pada laki-laki glamour, metroseksual dan classy.

Kata Kunci: Maskulinitas, Webseries, Media Online.

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Department of Communication Studies**

**Advertising Concentration**

**Fahmi Sutan Maharjo (20140530187)**

**Audience Reception on Indonesian Men's Masculinity in Advertisement**

**"Axelerate Web Series"**

**Thesis Year: 2019 + 80 Pages**

**Bibliography: 16 Books + 10 Journals + 5 Online Sources**

In terms of advertising, Axe made a breakthrough with the presentation of an advertisement in the form of a short film better known as the web series played by Axe brand ambassador Chicco Jerikho, Keenan Pearce and Arifin Putra which will be broadcast on youtube internet communication media which each plays three different characters. This study aims to find out the audience reception for Indonesian male masculinity in the ad "Axelerate Web Series"

This research is a descriptive qualitative study of audience reception in this case the audience who are lovers of Axelerate Web Series on the youtube channel. The technique of collecting data is by interviewing five informants who have been selected based on certain criteria. In addition, researchers also use literature as the secondary data of this study.

The results of the research show the Web series "Untold Story" tells the true story of the life experiences of 3 Axe brand ambassadors which are a reflection of masculinity. The five informants have the view that Keenan is a cool masculine man, can be through pressure and dare to make decisions. Whereas the Chicco figures of the informants agreed to the masculine figure depicted in the criteria of brave responsibility, making choices in life. Furthermore, the figure of Arifin Putra, the fifth informant, agreed to the media text which showed masculinity in glamorous, metrosexual and classy men.

**Keywords: Masculinity, Webseries, Online Media.**

## **PENDAHULUAN**

Pada perkembangan zaman sekarang ini kemajuan teknologi semakin berkembang dengan sangat cepat. Teknologi informasi sebagai contoh dari perkembangan zaman yang sangat banyak manfaatnya terutama pada kegiatan memberikan informasi maupun promosi akan satu hal, tidak hanya pemberian informasi teknologi informasi ini mampu menjadi sarana penyajian kreatifitas. Dengan demikian iklan bukanlah sebuah produk kreatifitas yang bebas bereksplorasi dan berekspresi, namun iklan itu sendiri merupakan sebuah karya seni yang terbatas pada aturan-aturan tertentu.

Seiring berkembangnya media informasi, pengetahuan konsumen akan suatu produk yang bermerek dipasaran akan semakin berkembang juga. Media informasi kini telah banyak digunakan untuk mempromosikan sebuah produk pada media massa seperti penyampaian iklan pada televisi, radio, majalah maupun *billboard* dan pada media sosial seperti *facebook*, *twitter*, hingga *instagram*, *youtube* dan lain sebagainya. Oleh karena itu banyak perusahaan yang menggunakan media informasi untuk memasarkan produknya.

Iklan merupakan bentuk komunikasi persuasif yang menyajikan informasi tentang aneka ragam produk, gagasan, serta layanan yang tujuan akhirnya adalah memenuhi tujuan-tujuan dari pihak yang memasang iklan. Iklan pada dasarnya bertujuan membujuk konsumen untuk menggunakan produk yang diiklankan tersebut. Dengan adanya media sosial, banyak perusahaan berlomba-lomba dalam memanfaatkan media sosial untuk membuat sebuah strategi iklan yang kreatif dan strategis. Dalam hal kreatif

dibangun dari strategi kreatif yang didasarkan oleh pemikiran yang kuat dan sukses di eksekusi dengan cerdas sehingga menghasilkan karya yang kreatif. Salah satu contoh dari media sosial yang digunakan adalah *youtube* sebagai media untuk menjalankan strategi kreatif iklan mereka. *Youtube* memberikan fasilitas yang memudahkan penggunanya untuk mengunggah video dengan durasi tidak terbatas. Munculnya *web series* tidak hanya sekedar membangun komunitas, tapi mulai banyak dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan *web series* sebagai strategi kreatif iklan mereka. Salah satu perusahaan yang menggunakan *web series* sebagai media iklan mereka pada bulan Mei 2016 adalah *Axe*.

## **Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Berdasarkan kerangka pemikiran peneliti mengenai resepsi audiens, maka penelitian ini akan berfokus pada resepsi audiens yang dalam hal ini audiens baru yang merupakan penikmat *Axelerate Web Series* di *youtube chanel*. Aktivitas sosial ini dilakukan informan secara bertahap, oleh karena itu dibutuhkan metode yang tepat sebagai acuan peneliti saat melakukan pengamatan diranah karya *Axelerate Web Series* di *youtube chanel*. Maka dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dimana penelitian kualitatif ini menurut Haris Herdiansyah (2010:21) merupakan salah satu metode yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berfikir induktif. Karakteristik utama dari kualitatif adalah

fleksibilitas dalam memperoleh data. Salah satu fungsi utama bagi seorang peneliti ketika melakukan suatu penelitian kualitatif adalah berperan sebagai instrumen dalam penelitian yang akan dilakukannya. Instrumen yang dimaksud merupakan semenjak awal penelitian hingga selesai, peneliti sendiri yang berfungsi penuh untuk terlibat aktif dalam penelitian yang dilakukan, bukan orang lain ataupun asisten peneliti.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

Data adalah sesuatu yang diperoleh melalui suatu metode pengumpulan data yang akan diolah dan dianalisis dengan suatu metode tertentu yang selanjutnya akan menghasilkan suatu hal yang dapat menggambarkan atau mengindikasikan sesuatu (Herdiansyah, 2010:116). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu:

### **a. Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan hampir seluruh penelitian kualitatif. Karena seringkali wawancara digunakan dalam penelitian kualitatif, seakan-akan wawancara menjadi ikon dalam metode wawancara dalam penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2005), wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewed*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (dalam Herdiansyah, 2010:118).

Subyek dari penelitian ini adalah orang yang menonton *Axelerate Web Series* di *youtube chanel*. Untuk menyelaraskan penelitian ini sesuai dengan paradigma konstruktivis maka subyek atau responden dari penelitian ini adalah mahasiswa komunikasi karena mahasiswa komunikasi merupakan salah satu yang berintelektual dalam bidang komunikasi dan memiliki dasar-dasar ilmu komunikasi seperti personal branding. Peneliti menetapkan lima informan dengan kriteria:

- 1) Informan yang sudah melihat dan mengikuti *Axelerate Web Series* di *youtube chanel*. Hal ini sebagai salah satu penentu viewers tersebut sudah cukup mengerti dengan film series tersebut.
- 2) Informan yang aktif menggunakan media baru, khususnya *youtube* karena media yang diteliti pada penelitian ini adalah YouTube.
- 3) Informan berusia diantara 18-24 tahun, dikarenakan viewers *youtube* yang mendominasi adalah kaum muda dalam rentang usia tersebut.
- 4) Informan yang bisa dijangkau peneliti demi kelancaran jalannya penelitian, maka informan penelitian berada di Yogyakarta dengan latar belakang yang berbeda-beda.
- 5) Informan dengan latar belakang sosial-budaya, kebiasaan bermedia yang berbeda-beda.



b. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010:143).

**3. Teknik Analisi Data**

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data dan memilih mana yang penting serta mana yang perlu dipelajari membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami. Tahap pengumpulan data berisi tentang serangkaian proses pengumpulan data yang sudah dimulai ketika awal penelitian, baik melalui wawancara awal maupun studi dokumentasi. Selanjutnya, tahap reduksi data yang berisi tentang proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan yang akan dianalisis. Tahap *display* data berisi tentang pengolahan data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas kedalam suatu matriks kategorisasi sesuai tema-tema yang sudah dikelompokkan dan dikategorikan, serta akan memecah tema-tema tersebut kedalam bentuk yang lebih konkret dan sederhana yang disebut dengan subtema yang

diakhiri dengan pemberian kode dari subtema tersebut sesuai dengan verbatim wawancara yang sebelumnya telah dilakukan. Tahap kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap akhir. Kesimpulan menjurus pada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan dan mengungkap “*what*” dan “*how*” dari temuan penelitian tersebut (Herdiansyah, 2010:180-181).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang digunakan peneliti sebagaimana yang dikemukakan Miles dan Hubberman (dalam Sugiyono, 2007:204) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan. Langkah-langkah tersebut seperti:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan penyederhanaan yang dilakukan melalui seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang bermakna, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan.

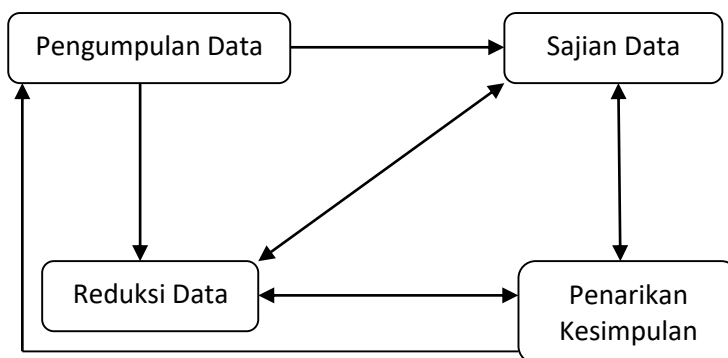
b. Penyajian Data

Penyajian data yang sering digunakan pada data kualitatif adalah bentuk naratif. Penyajian-penyajian data berupa sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan melihat hasil reduksi data tetap mengaju pada rumusan masalah secara tujuan yang hendak dicapai. Data yang telah disusun

dibandingkan antara satu dengan yang lain untuk menarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada.



**Gambar 1.3** Teknik Analisis Data Kualitatif menurut Miles dan Hubberman (dalam Sugiyono, 2007:333)

## PEMBAHASAN

Dalam tahap ini proses penerimaan atau *Decoding* dilakukan melalui proses wawancara mendalam (*in-dept interview*) yang dilakukan dalam waktu yang berbeda-beda menyesuaikan kesempatan dari masing-masing informan. Dari proses wawancara mendalam yang dilakukan, dapat diketahui hasil *Decoding* yang dilakukan oleh para informan. Melalui wawancara mendalam tersebut, peneliti dapat mengelompokkan pemahaman dari informan terhadap teks dan pesan, yaitu bagaimana informan menerapkan pengalaman dan pengetahuan mereka dalam memaknai dan mengartikan sebuah teks dan pesan. Dengan begitu peneliti mampu melihat bagaimana masing-masing informan memandang teks ataupun pesan dalam maskulinitas dalam *web series "Untold Story"*, kemudian sikap seperti apa yang mereka ambil atas teks dan pesan tersebut.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penerimaan penonton terhadap maskulinitas dalam *web series* “*Axelerete Web Series*”, dapat ditarik dari beberapa kesimpulan sebagai berikut:

*Web series* “*Axelerate Web Series*” menceritakan true story pengalaman hidup 3 brand ambassador Axe yaitu Keenan Pearce, Chicco Jerico dan Arifin Putra yang merupakan cerminan maskulinitas. Maskulinitas yang ditunjukkan oleh Keenan adalah seorang pria harus tetap bertindak tenang dalam berbagai situasi, tidak menunjukkan emosi, dan tidak menunjukkan kelemahannya. Sedangkan bagi Chicco Jerikho, pilihan hidup menjadi sebuah tekanan tersendiri. Gabungan antara maskulinitas modern dan tradisional, dimana kultur yang terlihat pada scene ini menunjukkan Chicco dengan gaya metroseksual nya mengemudikan sebuah kapal. Arifin Putra adalah Cowo Kelas yang selalu mengejar kesempurnaan dan presisi dalam segala hal. Ia adalah tipe orang yang akan berusaha keras untuk bisa menjawab tantangan dalam hidupnya. Bentuk maskulinitas yang diperlihatkan oleh Arifin Putra merupakan New man as narcissist dimana pria menunjukkan maskulinitasnya melalui kemewahan.

Kelima informan meyetujui teks yang diproduksi oleh *web series* *axelerate:Untold Story* terhadap maskulinitas dalam film tersebut. Kelima informan memiliki pandangan bahwa sosok Keenan merupakan laki-laki maskulin yang keren, dapat melalui tekanan dan berani mengambil keputusan. Sedangkan pada figur Chicco para informan menyetujui sosok maskulin yang

digambarkan pada kriteria berani bertanggung jawab, menentukan pilihan dalam hidup. Selanjutnya, pada figur Arifin Putra kelima informan setuju terhadap teks media yang menunjukkan maskulinitas pada laki-laki glamour, metroseksual dan classy.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

Barker, Chris. 2007. *Cultural Studies. Teori & Praktik*. Penerjemah: Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana

- Burton, Graeme. 2008. *Yang Tersembunyi Di Balik Media (Pengantar Kepada Kajian Media)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dermatoto, A. 2010. *Seks, Gender, dan Seksualitas Lesbian*. Solo: Universitas Negeri Solo.
- Durianto, Darmadi dkk. 2003. *Strategi, Program, dan Teknik Pengukuran*. Jakarta: Gramedia.
- Freddy, Rangkuti. 2002. *The Power Of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hall, Stuart. 2003. *The work of representation: "Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (Culture, Media and Identities series)*. Ed Stuart Hall Sage publication.
- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Prasetyo, Eko. 2011. *Pengolahan Citra Digital dan Aplikasinya Menggunakan Matlab*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Sastryani, S. 2007. *Glosarium, Seks dan Gender*. Yogyakarta: Carasuati Books.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Stokes, Jane. 2003. *How To Do Media And Cultural Studies: Panduan untuk Melaksanakan Penelitian*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Sobur, Alex. 2001. *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan dan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Penerjemah. Tri Wibowo BS. Jakarta: Prenadamedia Group.

#### **Jurnal :**

- Al fajri, Iqbal., Irfansyah, & Isdianto, Budi. 2014. *Analisis Web Series Terhadap Film Pendek (studi kasus web series "malam minggu miko" episode Nissa)*. Jurnal Komunikasi Visual dan Multimedia.
- Beynon, John. 2002. *Masculinities and Culture*. Buckingham: Open University Press.
- Herliani, Lia. 2015. *Analisis Pemanfaatan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Promosi Anggota BUSAM (Bubuhan Samarinda)*. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, Vol 3. No. 4
- Kurnia, Novi. 2004. Representasi Maskulinitas dalam Iklan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik* Vol. 8 No. 1 Juli 2004. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Tasin, David Christian. 2017. *Maskulinitas Dalam Iklan Axe Black (Analisis Semiotika Iklan Axe Black Versi Chicco Jerikho "Jadilah Tenang")*. *Jurnal. Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta*.
- Tiger, Lionel. 2005. *Men In Groups*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Annisa dkk. 2016. *Jurnal penerimaan audiens terhadap maskulinitas dalam iklan rokok*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

- Syar'an, Nasir. 2007. *Maskulinitas dalam Iklan Gudang Garam: Analisis Semiotik atas Iklan Gudang Garam*. Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM, Yogyakarta.
- Mukti, Galih Arum Sri Gelar. 2014. *Pemaknaan Khalayak Terhadap Adegan Axe Effect Dalam Iklan Televisi Axe*. Jurnal. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro.
- Ramadani, Aminullah. 2015. *Resepsi Ibu Rumah Tangga Tentang Iklan Axe Di RT 51 Kelurahan Sempaja Selatan Samarinda*. Jurnal. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman.

**Internet :**

- Demartoto, Argyo. (2010). Konsep Maskulinitas dari Jaman ke Jaman dan Citranya dalam Media. [Online]. Diakses dari <http://http://argyo.staff.uns.ac.id/files/2010/08/maskulinitas-ind1.pdf> diakses pada tanggal 4 Januari 2019.
- <https://www.unilever.co.id/news/press-releases/2016/AXElerate-The-Series-Movie-Premiere-Cowo-Indonesia-Progresif.html> diakses pada tanggal 25 Desember 2018.
- [https://www.unilever.co.id/id/Images/para-pembicara-pada-media-gathering-Axelerate-the-series-movie-premiere\\_tcm1310-495253\\_1\\_w400.jpg](https://www.unilever.co.id/id/Images/para-pembicara-pada-media-gathering-Axelerate-the-series-movie-premiere_tcm1310-495253_1_w400.jpg) diakses pada tanggal 25 Desember 2018.
- <https://mix.co.id/marcomm/brand-communication/digital-brand-communication/jurus-jitu-unilever-menciptakan-viral-pada-kampanye-Axelerate>Diakses pada tanggal 3 Januari 2019.
- Trigiani, Kathleen. 2008. *Masculinity-feminity: Society's Different Devidend*.[http://web2.iadfw.net/ktrig9246/out\\_ouf\\_cave/mf.html](http://web2.iadfw.net/ktrig9246/out_ouf_cave/mf.html) diakses pada tanggal 4 Januari 2019.