

MASKULINITAS DALAM L'MEN
**(ANALISIS PENERIMAAN PENONTON TERHADAP MASKULINITAS
DALAM IKLAN L'MEN)**

MASCULINITY IN L'MEN
**(RECEPTION ANALYSIS OF THE AUDIENCE TO MASCULINITY IN
L'MEN ADVERTISEMENT)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Kesarjanaan Dalam Strata-I (SI) Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu
Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Agung Budi Prasetyo

20080530008

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2012

SKRIPSI

**Telah dipertahankan dan telah disahkan di hadapan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**


Pada:


Hari/Tanggal : Selasa, 17 April


Tempay : Ruang Negosiasi Jurusan Ilmu Komunikasi

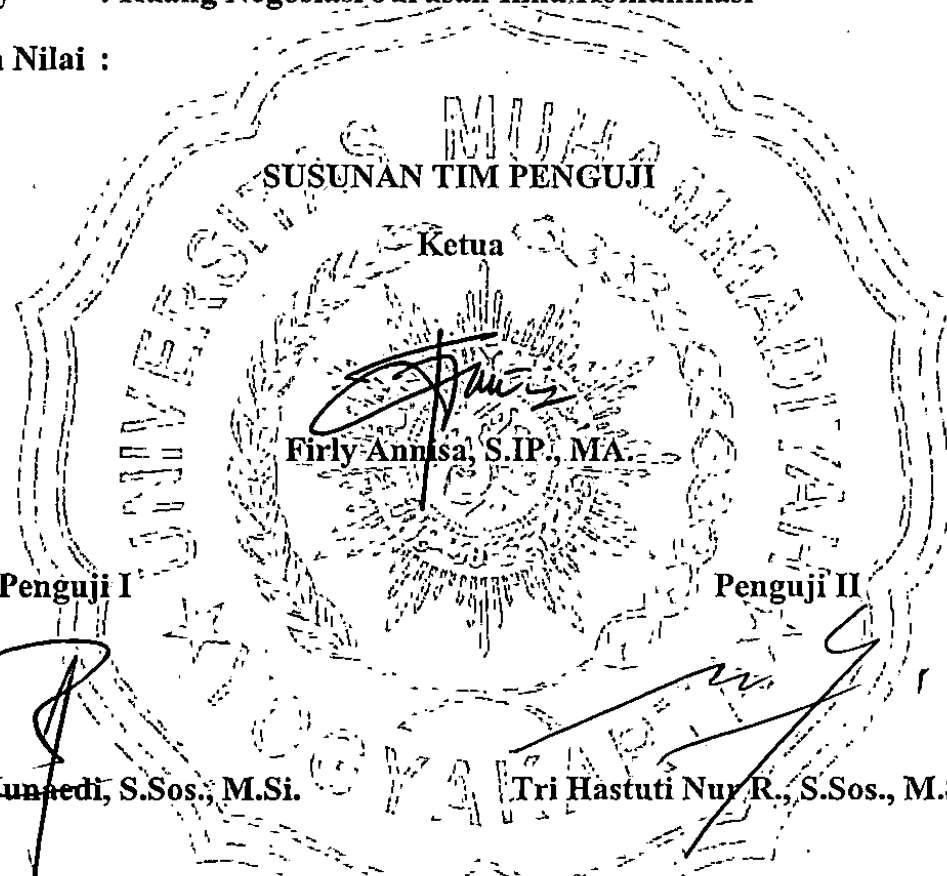
Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Firly Annisa, S.IP., MA.


Penguji I

Fajar Junardi, S.Sos., M.Si.


Penguji II

Tri Hastuti Nuy R., S.Sos., M.Si.



**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)**

Tanggal 17 April 2012


Aswad Ishak, S.IP., M.Si



Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Motto

"Hidup adalah belajar. Belajar bersyukur walau kekurangan, belajar ikhlas walau tidak rela, belajar tenang walau terbebani masalah."

"Berani menghadapi kenyataan adalah salah satu cara paling efektif untuk membuang segala kekhawatiran"

"Keberhasilan orang-orang disekeliling kita hanyalah contoh bahwa kita pun bisa sukses. Pelajari caranya, lakukan kerjanya."

"Kebahagiaan itu ada di dalam pikiran kita. Jadi jangan pernah berharap orang lain yang menciptakan kebahagiaan untuk kita."

"Jadilah orang bermanfaat, bukan orang terkenal, bukan orang yang berpengaruh. Memberi manfaat kepada orang lain berarti memberi manfaat kepada diri sendiri."

"Lebih baik dibenci karena diri anda apa adanya, daripada dicintai karena sesuatu yang sebenarnya bukan diri anda."

"Ketika kita berdoa, Tuhan mendengar lebih dari apa yang kita minta. Dia menjawab lebih dari apa yang kita tanyakan. Dengan cara-Nya dan waktu-Nya."

"Tuhan memberikan kita waktu selama 86.400 detik/hari, seberapa banyak yang anda gunakan untuk hal-hal yang bermanfaat dan bersyukur?"

"Orang yang bodoh tidak akan merasa puas dengan semua yang dicapainya, melainkan hanya merasa iri terhadap keberhasilan orang lain. Bersyukurlah atas berkah yang kita terima hari ini!"

"Seorang sahabat itu bukanlah yang bisa membuat masalah kita menghilang, akan tetapi yang tidak menghilang saat kita punya masalah."

"Selalu ada resiko dalam sebuah pekerjaan, namun selalu ada imbalan dalam sebuah resiko."

"Kekayaan kita yang paling berharga adalah waktu. Jika kita ingin lebih sukses, maka harus pandai memanfaatkan waktu dan potensi kita."

This Is For U

Mom

“you’re the heart

that keeps me

ALIVE”

your SON : *

@yoobudiman



Especially Dedicated to :

The Almighty Allah SWT ... Terimakasih atas semua berkah, rahmat, petunjuk, keberuntungan, dan kesempatan yang telah kau berikan kepada hambamu ini. Ini semua untuk keluarga Budiman ... For my best MOM ... Inilah wujud janji yang sudah aku tepati ... You're my biggest inspiration in my life. To my DAD ... Darimu aku belajar mengenai hidup, terimakasih atas doa-doa yang selalu menyertaku. Terimakasih untuk semua Koko-Koko ku ... R. Luhur Budiman, Bangkit Budi Utomo, and R. Priyo Budi Prabowo. When we open our eyes in the future, semoga kita semua bisa menjadi sosok yang bermanfaat bagi diri kita dan juga orang lain (amin). Kecup manis untuk ponakan-ponakan tersayang, Kinan Putra Pradana Budimansyah, Quinsha Una Budiman, dan Kiano Putra Pradipta Budiman. Ci Nana, Ci Erna, Saudaraku Icha, Itonk dan Kaka ipar ariend :D ... Terimakasih atas motivasinya ... Terima kasih kepada hewan peliharaanmu yang setia menemani dan menghilangkan stress dan jenuh ... Bobo and Owen. *BigHug*

Thanks to :

Anley dan Umi Iin ... Tanpa kalian aku galaaau, Kenangan bersama kalian yang paling akan aku ingat saat mengenang perjuangan ini. Kalo ada award, kalianlah juaranya. Mba Anti, Mas Zulfikra, Mbak Shanti, Mas Erwin dan Wulansari, Radin ... Terimakasih atas bantuannya. Untuk sahabat-sahabat terbaikku Agus, Stevian, Heri, Tyas, Gunawan, Ari, Lanny, I Love U All. Terima kasih untuk sahabat-sahabat seperjuangan Zulmi, Woebin, Bombom ... jujur, aku sangat merindukan saat-saat kita kuliah bersama (T.T). Untuk sahabatku Erma ... Terima kasih untuk semua dukungannya. Semoga kita semua berteman selamanya dan sukses bersama. Terimakasih untuk anak-anak Komunikasi 2008, khususnya Broadcasting 2008, we are friends and we are family.



Kata Pengantar

Assalamu'alaikum Wr Wb

Puji Syukur Alhamdulillahrabbi'l'alamin penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayat serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan sebuah karya sederhana dengan judul Maskulinitas dalam *L'MEN* (Analisis Penerimaan Penonton terhadap Maskulinitas dalam Iklan *L'MEN*).

Skripsi ini ditujukan sebagai bentuk referensi tambahan untuk lebih mengetahui dan memahami, membaca, memaknai sebuah pesan dalam sebuah iklan dengan menggunakan analisis resepsi. Disamping itu, skripsi ini juga berfungsi sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana S-1 pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, tentu banyak sekali bentuk tantangan dan hambatan yang penulis hadapi, namun berkat doa, dorongan, bimbingan, dan nasehat serta bantuan dari berbagai pihak baik secara formal maupun materi yang tak ternilai harganya, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan untaian kata terimakasih kepada :

1. Bapak Aswad Ishak, S.IP, M.Si dan Ibu Yeni Rosilawati, S.IP, S.E, MM, selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi

2. Ibu Firly Annisa, S.IP., M.A. selaku pembimbing yang selalu sabar membimbing dan mengarahkan penulis.
3. Bapak Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. dan Ibu Tri Hastuti Nur R., S.Sos., M.Si. selaku penguji skripsi, terima kasih atas semua masukan yang sangat berarti bagi skripsi ini.
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi UMY, terima kasih untuk ilmu pengetahuan dan wawasan yang telah diberikan dan sangat bermanfaat ini.
5. Seluruh staff dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi UMY, Pak Mujono, Pak Muryadi, Mas Yuli, Mba Siti, Pak Yuni, dan sebagainya.
6. Segenap civitas akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan akibat keterbatasan pengetahuan, pengalaman, pemahaman, dan kepustakaan, maka penulis akan sangat bahagia

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Agung Budi Prasetyo

20080530008

**Analisis Penerimaan Penonton terhadap Maskulinitas dalam Iklan
*L'MEN***

(Maskulinitas dalam Iklan *L'MEN*)

Tahun Skripsi : 2011 + 189 Halaman + 60 Gambar + 5 Tabel + Daftar
Kepustakaan : 35 Buku + 3 Jurnal + 32 Sumber Online (2011-2012)

Penelitian ini mencoba menganalisis mengenai konstruksi maskulinitas terhadap iklan *L'MEN*. Tujuan dari penelitian ini ingin memahami bagaimana konsep maskulinitas yang dikonstruksikan oleh *L'MEN* melalui berbagai konsep iklan serta bagaimana masyarakat memahami konstruksi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis mempergunakan metode kualitatif dengan teknik *in dept interview* terhadap lima informan dari berbagai status sosial yang berbeda. Informan pertama bernama Tedy dengan status sebagai model serta pekerja disalah satu radio swasta di Yogyakarta, informan ke dua bernama Febryan yang berstatus mahasiswa dan bekerja sebagai desain web, informan ke tiga bernama Erwin yang bekerja sebagai *customer services* di Adira Finance, informan ke empat bernama Hariyanto yang bekerja sebagai kuli bangunan serta Yoga yang berstatus gay serta bekerja sebagai pelayanan disebuah *cafe* di Yogyakarta. Dari wawancara terhadap ke lima informan tersebut diperoleh hasil bahwa kebanyakan dari informan memberikan pandangan yang sama atau dapat kita sebut sebagai *dominan hegemonik*. Dari hasil ini dapat kita pahami bahwa kelas sosial dari masing-masing informan tidak ada relevansi dalam pemaknaan konsep maskulinitas ketika membaca pesan.

Kata Kunci : Resensi Maskulinitas *L'MEN*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertentangan Gender :Stereotip-Stereotip Kontenporer	
Pria dan Wanita.....	13
Tabel 3.1 Para Informan dan Pengetahuan Terhadap <i>L'MEN</i>	167
Tabel 3.2 Para Informan dan Pandangan Mengenai Maskulinitas	169
Tabel 3.3 Para Informan dan Pandangan Mengenai Maskulinitas dalam Bentuk Tubuh.....	172
Tabel 3.4 Para Informan dan Pandangan Mengenai Maskulinitas dalam Konteks Penampilan	176

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Komunikasi <i>Encoding-Decoding</i>	28
Gambar 2.1-2.3 Potongan <i>Scene</i> Iklan <i>Extra Joss</i>	45
Gambar 2.4 Kuku Bima Mbah Marijan	46
Gambar 2.5 Potongan <i>Scene</i> Iklan <i>Clear Men</i>	48
Gambar 2.6 Potongan <i>Scene</i> Iklan <i>You C1000</i>	48
Gambar 2.7-2.9 Potongan <i>Scene</i> Iklan <i>Neo Hormoviton</i>	50
Gambar 2.10-2.12 Potongan <i>Scene</i> Iklan <i>Sutra "Kondom"</i>	52

Gambar 2.13-2.15 Potongan <i>Scene Iklan Djarum</i>	54
Gambar 2.16-2.18 Potongan <i>Scene Iklan HIM</i>	56
Gambar 2.19-2.21 Potongan <i>Scene Iklan Gatsby</i>	58
Gambar 2.22-2.24 Potongan <i>Scene Iklan Lifebuoy</i>	59
Gambar 2.25-2.27 Potongan <i>Scene Iklan Vaseline Men Face Moisturizer</i>	60
Gambar 2.28-2.30 Potongan <i>Scene Iklan Loreal Men Expert</i>	62
Gambar 2.31-2.33 Potongan <i>Scene Iklan Margarin Forvita</i>	63
Gambar 2.34-2.39 Potongan <i>Scene Iklan L'MEN</i>	66
Gambar 3.1 Proses Audisi <i>L'MEN of The Year</i>	81
Gambar 3.2 Kontes LOTY di televisi.....	82
Gambar 3.3 Potongan <i>Scene Iklan L'MEN Eyes On You</i>	91
Gambar 3.4-3.7 Potongan <i>Scene Iklan L'MEN Eyes On You</i>	92
Gambar 3.8 Potongan <i>Scene Iklan L'MEN Eyes On You</i>	93
Gambar 3.9-3.12 Potongan <i>Scene Iklan L'MEN Eyes On You</i>	94
Gambar 3.13 Potongan <i>Scene Iklan L'MEN Time Flies</i>	95
Gambar 3.15-3.16 Potongan <i>Scene Iklan L'MEN Time Flies</i>	96
Gambar 3.17 Potongan <i>Scene Iklan L'MEN Eyes On You</i>	100

Gambar 3.18 Potongan *Scene* Iklan *L'MEN Time Flies* 101

Gambar 3.19 Potongan *Scene* Iklan *L'MEN Time Flies* 105

Gambar 3.20 3.21 Potongan *Scene* Iklan *L'MEN Time Flies* 107

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori	8

1. Maskulinitas	8
2. Penelitian Khalayak (<i>Audience Analysis</i>)	20
3. Analisis Resepsi	23
4. <i>Encoding-Decoding</i>	26
G. Metode Penelitian	32
1. Jenis penelitian.....	32
2. Model Analisis Data	33
3. Teknik Pengumpulan Data.....	34
4. Sistematika Penulisan	39
BAB II MASKULINITAS DALAM MEDIA IKLAN DI INDONESIA... 41	
BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	69
A. Profile Perusahaan	69
1. Visi dan Misi PT. Nutrifood	69
2. Tujuan PT. Nutrifood Indonesia.....	70
3. Direktorat PT. Nutrifood Indonesia.....	70
4. Faktor-faktor Diproduksinya Susu <i>L'MEN</i>	71
5. Data Konsumen PT. Nutrifood Indonesia	71

B. *Encoding*-Konstruksi Media (Iklan *L'MEN*) Terhadap

1. <i>Encoding</i> -Maskulinitas dalam Bentuk Tubuh	91
2. <i>Encoding</i> -Maskulinitas dalam Bentuk Penampilan	99
C. <i>Decoding</i> -Reception Analysis Penonton Laki-Laki Terhadap	
Maskulinitas dalam Iklan <i>L'MEN</i>	108
1. Para Informan dan <i>Decoding</i> atas Pengetahuan	
tentang <i>L'MEN</i>	111
2. Pemahaman Informan Seputar Kerangka Maskulinitas.....	128
3. Pemahaman Informan Seputar Maskulinitas Dalam	
Konteks Tubuh.....	143
4. Pemahaman Informan Seputar Maskulinitas Dalam Konteks	
Penampilan.....	156
5. Analisis <i>Decoding</i> Informan Terhadap Maskulinitas atas	
Pengetahuan tentang <i>L'MEN</i>	166
6. Analisis <i>Decoding</i> Informan Terhadap Kerangka	
Maskulinitas.....	168
7. Analisis <i>Decoding</i> Informan Terhadap Maskulinitas dalam	
Tubuh	170

8. Analisis <i>Decoding</i> Informan Terhadap Maskulinitas dalam	
Konteks Penampilan	176
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	185
A. Kesimpulan	185
B. Saran	188
DAFTAR PUSTAKA	190