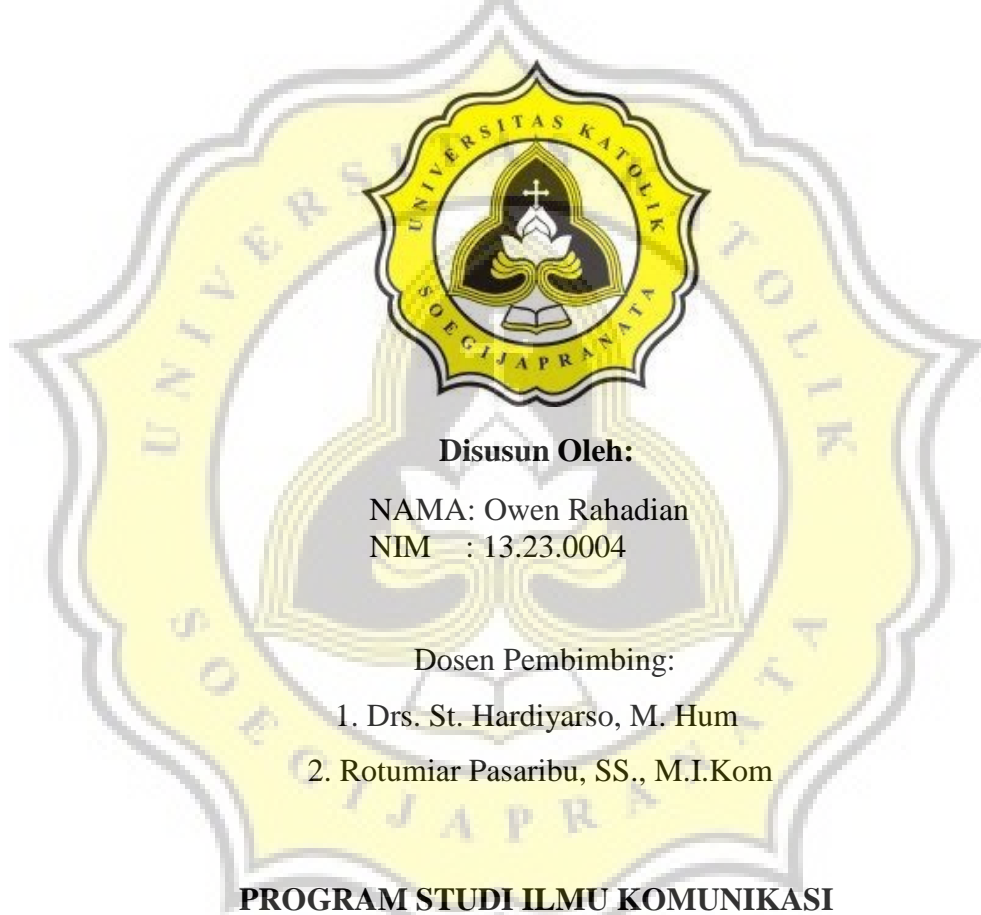


**STEREOTIP LAKI-LAKI PADA IKLAN TELEVISI PARFUM AXE**

**TERHADAP MASKULINITAS PRIA METROSEKSUAL**

*(Analisis Semiotika Iklan Parfum Axe Versi “Dark & Gold Temptation”)*

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

NAMA: Owen Rahadian  
NIM : 13.23.0004

Dosen Pembimbing:

1. Drs. St. Hardiyarso, M. Hum
2. Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM & KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2016/2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STEREOTIP LAKI-LAKI PADA IKLAN TELEVISI PARFUM AXE TERHADAP  
MASKULINITAS PRIA METROSEKSUAL  
(Analisis Semiotika Iklan Parfum Axe Versi "Dark & Gold Temptation")**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi  
Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun Oleh:

OWEN RAHADIAN

13.23.0004

Semarang, 20 Juli 2017

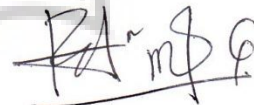
Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing Pertama



(Drs. St. Hardiyarso, M. Hum)

Dosen Pembimbing Kedua



(Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom)

# PENGESAHAN

Skripsi disusun oleh :

Nama : Owen Rahadian

NIM : 13.23.0004

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

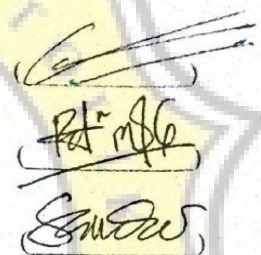
Pada tanggal : 20 Juli 2017

Dosen Penguji :

1. Drs. St. Hardiyarso, M.Hum.


2. Rotumiar Pasaribu, SS., M. IKom.

3. A. Ryan Sanjaya, S.Ikom., MA.



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :



B. Danang Setianto, S.H., LL.M., M.I.L.  
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi  
Universitas Katolik Soegijapranata

## PERNYATAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul:

**STEREOTIP LAKI-LAKI PADA IKLAN TELEVISI PARFUM AXE TERHADAP  
MASKULINITAS PRIA METROSEKSUAL  
(Analisis Semiotika Iklan Parfum Axe Versi "Dark & Gold Temptation")**

ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan, sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dijadikan acuan atau rujukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa sebagian atau seluruh naskah ini merupakan hasil plagiasi, saya siap menerima pembatalan skripsi ini dan segala akibatnya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Semarang, 25 Juli 2017



Owen Rahadian

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

Segala sesuatu yang bisa kau bayangkan adalah nyata

-Pablo Picasso-

Jangan takut untuk bermimpi besar, karena tidak ada yang tidak mungkin di dunia ini, yakin dan berjuanglah untuk mimpi itu

-Penulis-

### PERSEMBAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta*

*Mama & Papa*

*yang selalu mendukung dan mendorong untuk meraih kesuksesan*

*dan juga kupersembahkan untuk seluruh keluarga besar saya*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh. Pertama-tama, saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah S.W.T yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi) ini dengan baik. Selain itu juga tak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT
2. Kedua Orang Tua saya yang selalu menyemangati dalam keadaan apapun
3. Dosen Pembimbing satu, Drs. St. Hardiyarso, M. Hum
4. Dosen Pembimbing dua, Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom
5. Dosen Penguji, Andreas Ryan Sanjaya, S.I.Kom., M.A.
6. Sahabat minion, Rissa & Lissa yang selalu menghibur dan menemani nonton disaat runyam
7. Sahabat Biuty, Rissa, Lissa, Hancong, Grace, Qory yang selalu menghibur dengan foto-foto recehnya
8. Sobat terbaik, Ngentoy Group (Deon, Dika, Yosia, Kevin, Refido, Putra, Edbert, Mario, Nico) yang selalu ada untuk menghibur dan melupakan segala kesusahan dalam proses pembuatan tugas akhir.

9. Sahabat Radio Soepra, (Maxi, Rissa, Sony, Danis, Cipey, Shintahoax, Jojo, Yemima, Anggi, Michael)
10. Sobat Beauty n The Beats, (Azka, Kholis, Ega, Dixie, Bacir, Aji, Nena, Adit, dan seluruh crew)
11. Seluruh teman-teman Komunikasi 2013 (Jurnalistik & Komstra)

Dengan telah selesainya Tugas Akhir (Skripsi) yang berjudul **STEREOTIP LAKI-LAKI PADA IKLAN TELEVISI PARFUM AXE TERHADAP MASKULINITAS PRIA METROSEKSUAL (Analisis Semiotika Iklan Parfum Axe Versi “Dark & Gold Temptations”)**. Sekiranya saya selaku penyusun Tugas Akhir (Skripsi) mohon maaf yang sebesar-besarnya jika sekiranya dalam sistemasi penulisan dan selama dalam proses bimbingan dan penelitian terdapat banyak kesalahan kata maupun perilaku yang disengaja maupun tak disengaja. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca dalam memahami dan lebih mengerti akan penerapan ilmu-ilmu komunikasi dalam terutama pada bidang periklanan khususnya semiotika.

Semarang, 10 Juli 2017

Owen Rahadian

## ABSTRAK

**Nama** : Owen Rahadian  
**Program Studi** : Ilmu Komunikasi  
**Judul** : STEREOTIP LAKI-LAKI PADA IKLAN TELEVISI  
PARFUM AXE TERHADAP MASKULINITAS PRIA  
METROSEKSUAL (Analisis Semiotika Iklan Parfum Axe  
Versi “*Dark & Gold Temptations*”)

Dewasa ini, periklanan merupakan hal yang penting dalam melakukan sebuah promosi. Seperti kita ketahui, sebuah ide-ide kreatif banyak dipakai dalam pembuatan iklan untuk menarik perhatian para calon konsumen yang dituju. Salah satu ide kreatif yang kerap tidak disadari oleh masyarakat adalah dengan menggunakan konsep maskulinitas pria. Konsep ini biasanya digunakan dalam membuat iklan produk pria dengan tujuan menarik minat calon konsumen khususnya pria terhadap produk tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis meneliti sebuah iklan televisi yang menggunakan konsep maskulinitas pria metroseksual. Iklan tersebut adalah iklan televisi parfum Axe “*Dark & Gold Temptations*”. Didalam konsep tersebut terdapat simbol-simbol yang membentuk stereotip pria metroseksual pada laki-laki dengan tujuan para calon konsumen pria tertarik terhadap produk tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan teori pria metroseksual menurut *Euro RSCG World-wide* dalam buku karya Hermawan Kartajaya.

Konsep semiotika Roland Barthes menjadi dasar metodologi penelitian ini. Konsep ini menunjukkan sebuah makna denotasi, konotasi, dan mitos pada iklan parfum Axe “*Dark & Gold Temptations*”. Makna denotasi, konotasi, dan mitos parfum Axe *Dark Temptations* dalam penelitian ini digambarkan sebagai pria yang lembut, hangat, dan sederhana. Untuk parfum Axe *Gold Temptations* digambarkan sebagai pria yang elegan dan mewah. Sifat dari kedua pria tersebut sangat berbeda satu sama lain namun memiliki ciri pria metroseksualnya tersendiri. Nantinya, pria parfum Axe *Dark Temptations & Gold Temptations* akan membentuk sebuah stereotip maskulin pria metroseksual yang berbeda dengan teori yang sama.



## ABSTRACT

**Name** : Owen Rahadian  
**Major** : Communication Studies  
**Title** : MALE STEREOTYPES IN AXE PERFUME'S TV ADVERTISEMENT REGARDING MASCULINITY OF METROSEXUAL MEN (Semiotic Analysis of Axe Perfume's Advertisement "*Dark and Gold Temptations*" version)

Recently, advertising is a necessity in promoting products. As we have already acknowledged, creative ideas saw heavy use in making advertisements to attract targeted consumers. One of those creative ideas that people often did not realize was the usage of male masculinity concept. Usually, this concept is used for commercializing male products so that potential consumers would be particularly attracted to the product that is advertised.

In this research, the writer was analyzing a TV advertisement in which masculinity concept in metrosexual men was used. The advertisement that is mentioned was a TV advertisement- Axe Perfume's "*Dark & Gold Temptations*". The concept contained several symbols shaping metrosexual men in males so that the targeted male consumers would be interested to the product. In this research, the writer used metrosexual men theory according to *Euro RSCG World-wide* written in the book by Hermawan Wijaya.

Roland Barthes' semiotic concept was used as the basis for the method of this research. The concept represented meanings in regard to denotation, connotation, and myth contained in Axe's "*Dark and Gold Temptations*". The meaning in terms denotation, connotation, and myth contained in Axe's "*Dark Temptations*" was described as a gentle, smooth, warm, and modest man. In Axe's "*Gold Temptations*", the man was described as an elegant and luxurious man. These two men had striking difference in character but both had their own characteristics as a metrosexual man. Later, Axe Perfumes' "*Dark and Gold Temptations*" would shape different stereotypes in regard of masculine metrosexual male with the same theory.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Metodologi Penelitian .....	15
1.6 Penelitian Terdahulu .....	16
1.7 Sistematika Penulisan .....	17
1.8 Kerangka Pemikiran.....	18
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS .....</b>	<b>19</b>
2.1 Fungsi Periklanan.....	19
2.2 Gender & Maskulinitas .....	22
2.2.1 <i>Stereotype Gender</i> .....	22
2.2.2 Maskulinitas .....	25
2.3 Batasan Metroseksual.....	29
2.4 Semiotika .....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Penelitian Kualitatif .....	36
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.5 Keabsahan Data.....	42

<b>BAB IV PEMBAHASAN &amp; ANALISIS DATA .....</b>	<b>44</b>
4.1 Identifikasi Umum Iklan Parfum Axe “ <i>Dark &amp; Gold Temptations</i> ” .....	44
4.2 Identifikasi, Analisis Serta Pengkodingan Denotasi, Konotasi, & Mitos pada Iklan Parfum Axe “ <i>Dark &amp; Gold Temptations</i> ” .....	45
a. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.1 .....	45
b. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.2 .....	48
c. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.3 .....	51
d. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.4 .....	53
e. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.5 .....	55
f. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.6 .....	58
g. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.7 .....	61
h. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.8 .....	64
i. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.9 .....	66
j. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.10 .....	69
k. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.11 .....	73
l. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.12 .....	76
m. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.13 .....	79
n. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.14 .....	81
o. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.15 .....	85
p. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.16 .....	86
q. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.17 .....	89
r. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.18 .....	95
s. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.19 .....	97
t. Analisis Denotasi, Konotasi, & Mitos gambar 4.2.20 .....	99
4.3 Terciptanya <i>Stereotype</i> Maskulinitas Metroseksual .....	102
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan .....	105
5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data temuan dari riset <i>Indonesian Digital Association</i> (IDA) Tentang Pengguna Multimedia di Indonesia .....	3
Gambar 1.2	Persepsi Terhadap Penampilan Pria Metroseksual dengan Pria rata- rata ( <i>Average men</i> ) .....	8
Gambar 1.3	20 Scene Iklan Televisi parfum Axe “Dark & Gold Temptation” .....	12
Gambar 2.3	<i>Signifikasi Dua Tahap Barthes</i> .....	33
Gambar 4.2.1	<i>Scene 1</i> Axe Coklat .....	45
Gambar 4.2.2	<i>Scene 2</i> Axe Emas .....	48
Gambar 4.2.3	<i>Scene 3</i> Dua Parfum Axe .....	51
Gambar 4.2.4	<i>Scene 4</i> Dua Parfum Axe .....	53
Gambar 4.2.5	<i>Scene 5</i> Dua Pria Menggunakan Parfum .....	55
Gambar 4.2.6	<i>Scene 6</i> Pria Formal .....	58
Gambar 4.2.7	<i>Scene 7</i> Pria Tersenyum .....	61
Gambar 4.2.8	<i>Scene 8</i> Seorang Wanita .....	64
Gambar 4.2.9	<i>Scene 9</i> Pria & Wanita Berpapasan .....	66
Gambar 4.2.10	<i>Scene 10</i> Ekspresi Pria Tersenyum .....	69
Gambar 4.2.11	<i>Scene 11</i> Pria & Wanita Berpapasa .....	73
Gambar 4.2.12	<i>Scene 12</i> Ekspresi Pria Formal .....	76
Gambar 4.2.13	<i>Scene 13</i> Setengah Wajah Wanita .....	79
Gambar 4.2.14	<i>Scene 14</i> Kedua Pria Berjalan .....	81
Gambar 4.2.15	<i>Scene 15</i> Ekspresi Wanita .....	85
Gambar 4.2.16	<i>Scene 16</i> Seorang Wanita .....	87
Gambar 4.2.17	<i>Scene 17</i> Dua Pria .....	89
Gambar 4.2.18	<i>Scene 18</i> Wajah Wanita .....	95
Gambar 4.2.19	<i>Scene 19</i> Ekspresi Seorang Wanita .....	97
Gambar 4.2.20	<i>Scene 20</i> <i>Dark &amp; Gold Temptations</i> .....	99

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan antara <i>Men</i> (laki-laki) dengan <i>Woman</i> (perempuan)..	23
Tabel 2.2	Konotasi Maskulinitas dan Feminitas .....	24
Tabel 3.1	<i>Konsep Kerja Semiotika Roland Barthes</i> .....	4

