

**REPRESENTASI *TOXIC MASCULINITY* PADA IKLAN**

**LAYANAN MASYARAKAT KEMDIKBUD RI**

**#GERAKBERSAMA – INI GAK LUCU DI MEDIA YOUTUBE**

**(Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu**

**Komunikasi**



**Disusun oleh:**

**HENDRA KUSTIAR**

**190900084**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**JAKARTA**

**2023**

**REPRESENTASI *TOXIC MASCULINITY* PADA IKLAN**

**LAYANAN MASYARAKAT KEMDIKBUD RI**

**#GERAKBERSAMA – INI GAK LUCU DI MEDIA YOUTUBE**

**(Analisis Semiotika Ferdinand de Saussure)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu**

**Komunikasi**



**Disusun oleh:**

**HENDRA KUSTIAR**

**190900084**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2023**

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

### UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Hendra Kustiar

NIM : 190900084

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

KONSENTRASI : Periklanan

Representasi *Toxic Masculinity* Pada Iklan Layanan Masyarakat Kemdikbud RI  
#Gerakbersama – Ini Gak Lucu Di Media Youtube

Bibliography : 17 buku, 14 jurnal, 1 artikel

#### ABSTRAK

Edukasi yang ada pada iklan layanan masyarakat merupakan sarana yang tepat untuk menyebarkan ide dan gagasan di era sekarang ini agar dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang suatu isu bagi masyarakat, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi maskulinitas beracun yang ada pada salah satu iklan yang diunggah di Youtube oleh Puspeka, unit bagian dari Kemdikbud RI, iklan yang berjudul “#gerakbersama – Ini Gak Lucu”, sebuah iklan yang ingin menyadarkan masyarakat tentang adanya Maskulinitas Beracun.

Maskulinitas dan feminitas masih menjadi perdebatan hingga saat ini, kedua hal itu adalah bentukan dari konstruksi sosial, pandangan tentang maskulinitas dan feminitas dapat berbeda-beda dipandang dari berbagai budaya. Apa yang dianggap sebagai sifat "laki-laki" atau "perempuan" dalam satu budaya mungkin berbeda di budaya lain. Ini menunjukkan bahwa konsep-konsep ini tidak tetap dan bersifat relatif apalagi dalam pandangan masyarakat di Indonesia.

Penulis dalam melakukan penelitian terhadap sebuah iklan menggunakan metode analisis, yaitu analisis semiotika model Ferdinand De Saussure, dengan pendekatan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Untuk membangun hasil penelitian yang mengerucut penulis menggunakan paradigma Konstruktivisme sehingga memberikan pemaparan yang jelas terhadap apa yang diteliti.

Hasil dari penelitian ini mengungkap konflik yang masih sering terjadi di masyarakat khususnya di kalangan pelajar di Indonesia, tentang perundungan yang dialami akibat konstruksi sosial terhadap gender. Dalam pandangan masyarakat di Indonesia sendiri, laki-laki yang memilih untuk memiliki hobi dan keseriusan terhadap kesenian tari, khususnya tari balet masih dipandang negatif, karena biasanya seni tari itu identik dengan perempuan.

Representasi dari *toxic masculinity* yang dihadirkan dalam iklan diungkap dalam penelitian ini diharapkan bisa menambah kesadaran bagi masyarakat untuk senantiasa melindungi hak dan kewajiban orang lain dengan tidak memandang gender.

**Kata kunci** : Iklan, Maskulinitas, *Toxic masculinity*

**Pembimbing I** : Drs. Solten Rajagukguk, MM

**Pembimbing II** : Helen Olivia, M. Ikom

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

**UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA**

**NAME** : Hendra Kustiar

**NIM** : 190900084

**STUDY PROGRAM** : Communication Studies

**SPECIALIZATION** : Advertising

*Representation of Toxic Masculinity in Public Service Advertisement of Kemdikbud RI #Gerakbersama-Ini Gak Lucu on Youtube Media*

**Bibliography** : 17 books, 14 journals, 1 articles

**ABSTRACT**

Education in public service advertisements serves as a powerful tool to disseminate ideas and concepts in today's era in order to increase awareness and understanding of an issue for the community, this research aims to find out the representation of toxic masculinity. One such advertisement titled "#gerakbersama – Ini Gak Lucu" ("#movetogether – This Isn't Funny") has been uploaded on YouTube by Puspeka, a unit under the Indonesian Ministry of Education and Culture. This advertisement aims to raise awareness about Toxic Masculinity in society.

Masculinity and femininity remain subjects of ongoing debate, shaped by social constructs that can vary across different cultures. The perception of what is considered "masculine" or "feminine" in one culture may differ significantly in another. This fluidity highlights that these concepts are not fixed but rather relative, especially in the context of Indonesian society.

The author conducted a research analysis of the advertisement using Ferdinand De Saussure's semiotics model, employing a qualitative and descriptive research approach with a Constructivist paradigm. This method ensured a clear and comprehensive presentation of the subject matter.

The research findings shed light on the prevalent conflicts, particularly among Indonesian students, concerning bullying driven by gender-related social constructs. In Indonesia, males who pursue hobbies and show a serious interest in artistic dance, such as ballet, are often negatively perceived due to the societal association of dance with females.

The representation of toxic masculinity portrayed in the advertisement aims to increase societal awareness, urging people to protect the rights and responsibilities of others without regard to gender.

**Keywords** : Advertising, Masculinity, Toxic masculinity

**Advisor I** : Drs. Solten Rajagukguk, MM

**Advisor II** : Helen Olivia, M. Ikom