

**REPRESENTASI PRIA DALAM IKLAN KOMERSIAL
PRODUK WANITA (IKLAN *YOUTUBE MS GLOW X*
KEANU VERSI CAKEP ITU NASIB, *GOOD LOOKING* ITU
PILIHAN)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh

BAYU SUGIANTORO

(190900050)

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JAKARTA

2023

**REPRESENTASI PRIA DALAM IKLAN KOMERSIAL
PRODUK WANITA (IKLAN *YOUTUBE MS GLOW X*
KEANU VERSI CAKEP ITU NASIB, *GOOD LOOKING* ITU
PILIHAN)**



**FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2023

PEMINATAN : Periklanan

Representasi Pria Dalam Iklan Komersial Produk Wanita (Iklan Youtube MS Glow X Keanu Versi Cakep Itu Nasib, Good Looking Itu Pilihan)

Jumlah Halaman : 84 halaman + lampiran
Bibliografi : 15 Buku + 12 Jurnal

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini banyak bermunculan media yang menyediakan wadah untuk menyampaikan pesan atau makna kepada konsumen atau *audience* untuk melihat suatu produk yang di iklankan, *Ms Glow* justru menemukan struktur pesan iklan baru untuk produk kecantikan pria, yaitu menampilkan karakter utama iklan dengan tubuh gemuk dan kulit sawo matang, dan tidak menunjukkan prestasi atau kelebihan tertentu seperti kemewahan, kesejahteraan dan kekuatan.

Alasan peneliti memilih tipe penelitian deskriptif karena penelitian dengan tipe ini dianggap paling relevan dan metode analisis semiotika Jhon Fiske yaitu ada 3 level, level realitas, level representasi dan level ideologi dengan pembahasan peneliti yaitu akan menggambarkan atau mendeskripsikan makna-makna representasi dari feminim yang ada dalam iklan *Ms Glow x Keanu Versi Cakep Itu Nasib, Good Looking Itu Pilihan*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi realitas sosial yang digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan permasalahan yang terdapat dalam scene-scene iklan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan feminim dari iklan *ms glow x keanu* memberikan terobosan terbaru dalam dunia periklanan yang ada di Indonesia dengan menampilkan keanu seperti perempuan, makna feminim pada iklan tersebut menjadi luas tidak hanya saja mengharuskan bertubuh kekar, maco, dan berkulit putih.

Melalui iklan ini secara langsung untuk mengetahui tidak harus menampilkan identitas atau gestur ke laki-lakian, justru dengan tampil seperti ini menunjukkan bahwa semua laki-laki yang memiliki kekurangan ataupun kelebihan bisa tampil dengan percaya diri pada tubuhnya. Walaupun lelaki feminin sering menonjolkan sisi kewanitaan, baik melalui sikap gerak tubuh dan gaya bicara.

Kata Kunci : Rerpresentasi, Feminim, Iklan
Pembimbing I : Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si
Pembimbing II : Helen Olivia S.Ikom., M.I.Kom

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Bayu Sugiantoro
NIM : 190900050
STUDY PROGRAM : *Communication Studies*
SPECIALIZATION : *Advertising*

Representation of Men in Commercial Ads for Women's Products (Youtube Ads for MS Glow X Keanu Cute Version is Fate, Good Looking is a Choice)

Number Of Page : 84 pages + Attachment
Bibliography : 15 books + 12 journals

ABSTRACT

In the current era of globalization, many media have sprung up that provide a place to convey messages or meanings to consumers or audiences to see a product being advertised, Ms Glow actually found a new advertising message structure for men's beauty products, namely displaying the main character of the advertisement with a fat body and brown skin, and does not indicate certain achievements or advantages such as luxury, prosperity and strength.

The reason the researcher chose this type of descriptive research is because research with this type is considered the most relevant and the method of analysis of Jhon Fiske's semiotics is that there are 3 levels, the level of reality, the level of representation and the level of ideology with the researcher's discussion that will describe or describe the representational meanings of masculinity that exist in advertisement Ms Glow x Keanu Cute Version is Fate, Good Looking is a Choice.

The theory used in this study is the theory of social reality construction which is used to describe and explain the problems contained in the advertising scenes.

The results of this study show that the femininity of the MS Glow X Keanu advertisement provides the latest breakthrough in the advertising world in Indonesia by presenting Keanu as a woman, the feminine meaning in the ad is broad, not only requiring a muscular body, maco, and white skin.

Through this advertisement, you can directly find out that you don't have to display masculine identities or gestures, in fact by appearing like this it shows that all men who have strengths or weaknesses can appear confident in their bodies. Even though feminine men often highlight their femininity, both through gestures and speech styles.

Keywords : *Representation, Feminine, Advertisement*
Advisor I : *Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si*
Advisor II : *Helen Olivia S.Ikom., M.I.*