

**PERGESERAN BUDAYA PADA PERAN LAKI-LAKI DALAM
PEMBELIAN PEMBALUT WANITA IKLAN LAURIER
ACTIVE DAY**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi



Disusun Oleh

Muhammad Ichsani Sabili

190900040

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

2023

**PERGESERAN BUDAYA PADA PERAN LAKI-LAKI DALAM
PEMBELIAN PEMBALUT WANITA IKLAN LAURIER
ACTIVE DAY**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi



Disusun Oleh

Muhammad Ichsani Sabili

190900040

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2023

**CULTURAL SHIFT IN MEN'S ROLE IN PURCHASING
SANITARY NAPKINS LAURIER ACTIVE DAY
ADVERTISING**

THESIS

**Filed as one of the conditions for obtaining Bachelor's
Degree in Communication Science**



Author By:

Muhammad Ichsan Sabili

190900040

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA JAKARTA**

2023

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINILITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 11 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



(Muhammad Ichsan Sabili)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Ichsan Sabili
NIM : 190900040
JUDUL : Pergeseran Budaya Pada Peran Laki-laki dalam Pembelian
Pembalut Wanita Iklan Laurier Active Day
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
KONSENTRASI : Advertising

Jakarta, 11 Agustus 2023

Menyetujui,

Ketua Penguji

Dr. Rustono Farady Marta S.sos., M.Med.Kom

Anggota Penguji I

Sandra Olifia, M.Si

Anggota Penguji II

Helen, M. Ikom

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan Fisip

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M. Ikom)

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Ichsan Sabili
NIM : 190900040
JUDUL : Pergeseran Budaya Pada Peran Laki-laki dalam Pembelian
Pembalut Wanita Iklan Laurier Active Day
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
KONSENTRASI : Advertising

Jakarta, 11 Agustus 2023

Menyetujui,

Ketua Penguji
Dr. Rustono Farady Marta S. sos, M. Med. Kom

Anggota Penguji I
Sandra Olifia, M. Si

Anggota Penguji II
Helen, M. Ikom

Ketua Program Studi

Dekan Fisip

(Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M. Ikom)

(Drs. Solten Rajagukguk, MM)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Muhammad Ichsan Sabili
NIM : 190900040
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
KONSENTRASI : Advertising
Pergeseran Budaya Pada Peran Laki-Laki Dalam Pembelian Pembalut Wanita Iklan Laurier Active Day
Jumlah Halaman : xiii + 100 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 17 Buku; 27 Jurnal ; 1 Internet

ABSTRAK

Saat ini ketidakpedulian dalam pembelian pembalut Iklan Laurier Active Day berusaha menghilangkan stigma tabu, sekarang ketidakpedulian masyarakat yang ada menimbulkan stigma tabu akan urusan menstruasi khususnya banyak laki-laki yang merasa malu ketika membelikan pembalut untuk pasangan tersayang, begitu-pun perempuan masih enggan untuk mengungkapkan bahwa mereka sedang masa menstruasi, baik laki-laki maupun perempuan keduanya masih menganggap tabu hal-hal seputar menstruasi. Tujuan penulis ingin mencari pada Iklan Laurier Active Day melibatkan pergeseran budaya pada peran laki-laki dalam pembelian pembalut wanita.

Penelitian ini yang menggunakan Teori Standpoint sudut pandang laki-laki dalam pembelian pembalut wanita dan sudut pandang pada Iklan Laurier Active Day yang diperankan oleh laki-laki yang dimana terdapat pergeseran budaya dalam sudut pandang seseorang berbeda-beda mengenai pembalut yang lebih bersifat tabu dan sensitif pada area kemaluan wanita.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, Paradigma Konstruktivisme, dan metode analisis Fenomenologi Levinas dengan pengumpulan data melalui teknik analisis data melalui wawancara *Key Informant* dan *Informant*. Subjek pada penelitian ini adalah Iklan Laurier Active Day atau PT.KAO dan mencari seseorang laki-laki yang membeli pembalut untuk seorang terkasihnya.

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan masih terdapat laki-laki yang membeli pembalut merasa malu. Di sisi lain, terdapat sudut pandang seseorang terkait pembelian pembalut ingin menjadi pioner dalam di kehidupannya karena banyak yang menganggap menstruasi tidak pernah dialami oleh laki-laki sehingga perlu harus lebih peduli walaupun pembelian tersebut dan masih menanggapi tabu

Kesimpulan pada penelitian ini laki-laki yang kurang mendapatkan edukasi serta pengetahuan tentang hal bersifat tabu dan sensitif, sehingga masih kurang kepedulian terkait pembelian pembalut pada wanita.

Kata Kunci : Iklan, Standpoint, Pembalut, Fenomenologi Levinas
Pembimbing I : Dr. Rustono Farady Marta S.Sos, M.Med.Kom
Pembimbing II : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Muhammad Ichsan Sabili
NIM : 190900040
STUDY PROGRAM : Communication
SPECIALITY : Advertising
Cultural Shift in Men's Role in Purchasing Sanitary Napkins Ad Laurier Active Day
Number of Pages : xiii + 100 Pages + Attachments
Bibliography : 17 Books; 27 Journals ; 1 Internet

ABSTRACT

The current indifference in the purchase of sanitary napkins Laurier Active Day advertisement is trying to eliminate the stigma of taboo, now the existing indifference of the community raises the taboo stigma of menstrual affairs, especially many men who feel embarrassed when buying pads for their dearest partners, as well as women are still reluctant to reveal that they are menstruating, both men and women still consider taboo things about menstruation. The author's aim is to look for Laurier Active Day advertisements involving cultural shifts in the role of men in the purchase of sanitary napkins.

This research uses the standpoint theory of men's point of view in purchasing sanitary napkins and the point of view on Laurier Active Day Ads played by men where there is a cultural shift in a person's different point of view about sanitary napkins which are more taboo and sensitive in the female pubic area.

This research uses a descriptive qualitative approach, Constructivism Paradigma, and Levinas Phenomenology analysis method with data collection through data analysis techniques through Key Informant and Informant interviews. The subject of this research is Laurier Active Day Advertisement or PT.KAO and looking for a man who buys sanitary napkins for a loved one.

The results of the research found that there are still men who buy sanitary napkins feel embarrassed. On the other hand, there is a person's point of view regarding the purchase of sanitary napkins wants to be a pioneer in his life because many think that menstruation has never been experienced by men so they need to be more concerned even though the purchase and still consider taboo.

The conclusion of this study is that men who lack education and knowledge about taboo and sensitive matters, so there is still a lack of concern regarding the purchase of sanitary napkins for women.

Keywords : Advertisement, Standpoint, Sanitary Napkins, Fenomenology Levinas

Advisor I : Dr. Rustono Farady Marta S.sos, M.Med.Kom

Advisor II : Dr. Achmad Budiman Sudarsono, M.Ikom