

**REPRESENTASI MASKULINITAS REMAJA LAKI-LAKI MILENIAL
DALAM IKLAN TVC HILO TEEN
(ANALISIS SEMIOTIK JOHN FISKE DALAM IKLAN HILO TEEN
VERSI “TUMBUH TINGGI CUMA SEKALI”, “TUMBUH TINGGI
JANGAN NANTI-NANTI”, DAN “BALIKAN SAMA MANTAN”)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar

Sarjana Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Ridha Kusnawati

20140530268

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 21 Agustus 2018

Tempat : Ruang Multimedia Ilmu Komunikasi

Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua



Dr. Filosa Gita Sukmono, S.I.Kom., MA

Penguji I



Dr. Muria Endah Sokowati, S.IP, M.Si

Penguji II

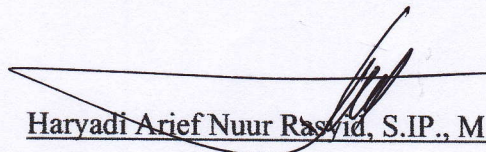


Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.I.Kom

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

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Haryadi Arjef Nuur Rasvid, S.IP., M.Sc.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Ridha Kusnawati
Nomor Mahasiswa : 20140530268
Konsentrasi : Advertising
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “Representasi Maskulinitas Remaja Laki-laki Milenial Dalam Iklan TVC HiLo Teen (Analisis Semiotik John Fiske Dalam Iklan Hilo Teen Versi “Tumbuh Tinggi Cuma Sekali”, “Tumbuh Tinggi Jangan Nanti-Nanti”, Dan “Balikan Sama Mantan”)” adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun di rujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia dicabut gelar sarjana ini.

Yogyakarta, 21 Agustus 2018



Ridha Kusnawati
Ridha Kusnawati

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kerelaan dan doa tulus setiap hari, kepercayaan yang mampu memberi rasa tanggungjawab, kalimat-kalimat motivasi penuh kasih sayang yang selalu menambah semangat, kerja keras walaupun dalam jarak yang membentang tentu tidak akan pernah dapat terbayar.

Kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang ku cintai.

Ibu Eti Candrawati

Bapak Dede Kusnadi

Teteh Deti Nurdianti Kuswatiningsih

Aa Mochammad Irfan Noviana

Kinar Rahajeng Chairunnisa

Dengan segala ketulusan hati,

Ridha Kusnawati

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulisan skripsi ini tidak mudah karena banyak tantangan yang harus Ridha lalui, tapi juga tidak sulit karena banyak dukungan doa, semangat dan bantuan baik moril maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah Subhanaahu Wa Ta'ala atas Rahmat dan Karunia-Nya Ridha dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata-1.
2. Ibu tercinta Ibu Eti Candrawati yang doanya tak pernah berujung, penuh ketulusan, selalu mendukung Ridha dalam setiap langkah.
3. Bapak tercinta Bapak Dede Kusnadi yang selalu memberi nasihat dan kepercayaan.
4. Tete tercinta Deti Nurdianti Kuswatiningsih, bunda Kinar yang selalu menginspirasi dan selalu menjadi tempat berkeluh kesah paling tentram.
5. Aa Mochammad Irfan Noviana, ayah Kinar yang tak kalah menginspirasi dan selalu bisa diandalkan.
6. Keponakan tercinta Kinar Rahajeng Chairunnisa, yang selalu menghibur.
7. Bapak Dr. Filosa Gita Sukmono, S. I.Kom, MA, yang selalu sabar memotivasi Ridha.
8. Bi Lia, Bi Ayin, Bi Leli, Bi Ai, Abah, Mang Ujang, Mang Agus, Om Yudha yang selalu mendoakan dan mendukung Ridha.
9. Sepupu-sepupuku De Dikri, De Resna, Rinaldi, De Abil, Alifianisa, Alifa, De Gifari, De Muti, De Rafli, dan Neng Atta yang selalu mendoakan, men-support dan memberi hiburan kepada Ridha.
10. Sahabatku tercinta Rizka Virli Winantya yang selalu ada di pagi siang malam, mendoakan, mendukung, menghibur, membujuk, merayu, memarahi, memberi masukan, memberi *gossip* terhangat sehingga hari-hari ku tidak *too basic*. Hingga skripsi ini “selesai pada waktunya!”.

11. Sahabatku tercinta Hani Rahmah Noviandari dan Ain Rizki Faiqah yang selalu ada dan saling mendoakan meskipun sibuk masing-masing.
12. Sahabat-sahabat seperjuangan Wahyu Titis Dwirani dan Ardiska Mega yang selalu menghibur setelah bimbingan skripsi.
13. Mbak Kamalia Rahman yang telah memberi Ridha banyak buku dengan cuma-cuma dan hanya di bayar dengan 1 bungkus Rujak Es Krim cabe setengah.
14. Rizka, Ewol, Ina, Nola, dan Aisyah yang selalu memotivasi dan menghibur.
15. Eko dan Dika yang selalu posesif terlebih untuk skripsiku.
16. Sahabat-sahabat SMA-ku Salma Muti Amirah, Tri Mardhiyah dan Telly Innasya yang selalu saling mendoakan mendukung dan menghibur meskipun berjauhan.
17. Purbasari 32 Wilda, Dila, Novi, Dede, Sita, Gina, Neri, Desi dan Ica yang selalu menghibur, mendoakan dan mendukung Ridha.
18. Pak Ridho yang selalu memotivasi, memberi nasihat dan mendukung Ridha.
19. Mrs. Fera yang luar biasa memotivasi Ridha supaya tidak malas mengerjakan skripsi
20. Teteh Latifah, Mbak Lytra, Mbak Nila, Mbak Uyun, Mbak Ola, Mbak Cici yang memberi banyak cerita masa satu atap.
21. Rona, Fifi, Lala, Babun, Nata dan semua teman-teman Go Go Rangers tercinta dan Advertisng 2014 tersayang yang selalu mendukung dan berjuang bersama Ridha.
22. Teman-teman Kelas Inspirasi Yogyakarta yang telah memberi warna sangat indah selama di Jogja.
23. Endah n Rhesa, GAC, Danilla, Dialog Dini Hari dan Barasuara yang tak pernah gagal membangkitkan gairah Ridha.

MOTTO

**“If you want to live a happy life, tie it to a goal not to people or object”
Albert Einstein**

**“Mulailah, walau terasa berat.. Karena perjalanan akan lebih mudah setelah
langkah pertama”
Mrs. Fera**

**“Tugas Akan Selesai Pada Waktunya”
Ridha - Virli**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta,ala yang telah memberikan berkat rahmat dan hidayah serta sholawat kepada Nabi Muhammad Sallallahu Alaihi Wassalam. Alhamdulillah wa syukurillah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsinya dengan lancar. Penyusunan skripsi yang berjudul “Representasi Maskulinitas Remaja Laki-laki Milenial Dalam Iklan TVC HiLo Teen (Analisis Semiotik John Fiske Dalam Iklan Hilo Teen Versi “Tumbuh Tinggi Cuma Sekali”, “Tumbuh Tinggi Jangan Nanti-Nanti”, Dan “Balikan Sama Mantan”)” ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terimakasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala beserta Rasul-Nya Muhammad Sallallahu Alaihi Wasallam
2. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Cipto, MA. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Bapak Dr. Filosa Gita Sukmono, S. I.Kom, MA. Selaku dosen pembimbing terbaik yang telah banyak memberi motivasi, saran dan masukan serta arahan kepada penulis

5. Ibu Dr. Muria Endah Sokowati, S.IP, M.Si. selaku dosen penguji terbaik, yang telah memberikan masukan-masukan positif dan membangun.
6. Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP, M.Si. selaku dosen penguji terbaik, yang telah memberikan masukan-masukan positif dan membangun.
7. Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat dan membimbing penulis hingga tahap ini.
8. Staff TU Ilmu Komunikasi Pak Jono, Pak Mur, Mbak Siti, Pak Yuli dan staff lainnya terimakasih atas bantuan Bapak Ibu dalam urusan akademik yang memudahkan penulis mengurus segala kepentingan akademik.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi. Aamiin.

Yogyakarta, 21 Agustus 2018

Penulis

Ridha Kusnawati

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|-------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR GRAFIK..... | xvi |
| ABSTRAK..... | xvii |
| ABSTRACT | xviii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 11 |
| C. Tujuan Penelitian | 12 |
| D. Manfaat Penelitian | 12 |
| E. Penelitian Terdahulu..... | 13 |
| F. Kerangka Teori..... | 18 |
| 1. Representasi Dalam Media..... | 18 |
| 2. Maskulinitas Dalam Iklan..... | 21 |

| | |
|--|----|
| G. Semiotika Sebagai Sebuah Teori | 26 |
| H. Metode Penelitian | 31 |
| 1. Jenis Penelitian | 31 |
| 2. Objek Penelitian | 31 |
| 3. Teknik Pengumpulan Data | 32 |
| 4. Teknik Analisis Data | 33 |
| I. Sistematika Penulisan | 46 |
| BAB II | 47 |
| GENERASI MILENIAL DALAM IKLAN DI INDONESIA | 47 |
| A. Generasi Milenial di Indonesia | 47 |
| B. Iklan Televisi di Indonesia | 52 |
| C. HiLo Teen | 56 |
| A. Sejarah Perusahaan | 56 |
| B. Deskripsi Produk HiLo Teen | 58 |
| C. Iklan HiLo Teen | 59 |
| D. Sinopsis Iklan HiLo Teen | 60 |
| BAB III | 63 |
| PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN | 63 |
| A. Catatan Pembuka | 61 |
| B. Analisis dan Pembahasan | 66 |
| C. Catatan Penutup | 77 |
| BAB IV | 78 |
| PENUTUP | 78 |

| | |
|----------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 78 |
| B. Saran..... | 79 |
| DAFTAR PUSTAKA | 80 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabel 1.1 | Pengelompokan Generasi..... | 1 |
| Tabel 1.2 | Iklan-iklan Televisi Tema Remaja Tahun 2011 sampai 2017 | 7 |
| Tabel 1.3 | Perbedaan Feminitas dan Maskulinitas..... | 23 |
| Tabel 1.4 | Teori Code of Television | 34 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|--|----|
| Gambar 1.1 | Penampilan Dua Remaja Laki-laki di Cafe..... | 9 |
| Gambar 1.2 | Penampilan Dua Remaja Laki-laki di Dasar Kolam | 10 |
| Gambar 1.3 | Penampilan Ketiga Remaja di Taman..... | 10 |
| Gambar 2.1 | Kemasan Produk HiLo Teen | 59 |
| Gambar 2.2 | Iklan HiLo Teen Versi “Tumbuh Tinggi Cuma Sekali” | 60 |
| Gambar 2.3 | Iklan HiLo Teen Versi “Tumbuh Tinggi Jangan Nanti-nanti” ... | 61 |
| Gambar 2.4 | Iklan HiLo Teen Versi “Balikan sama Mantan” | 62 |
| Gambar 3.1 | Perbandingan Tinggi Badan Kedua Remaja Laki-laki..... | 66 |
| Gambar 3.2 | Perbandingan Tinggi Badan Remaja Laki-laki dan Perempuan . | 66 |
| Gambar 3.3 | Remaja Laki-laki Sedang Memegang Kemasan Susu HiLo | 66 |
| Gambar 3.4 | Remaja Laki-laki Sedang Berenang..... | 67 |
| Gambar 3.5 | Remaja Laki-laki Menangkap Piringan Terbang | 67 |
| Gambar 3.6 | Remaja Laki-laki Sedang Duduk di Arena Skateboard | 67 |
| Gambar 3.7 | Perbandingan Tinggi Badan Ketiga Remaja | 67 |
| Gambar 3.8 | Remaja Laki-laki Memegang Bunga..... | 72 |
| Gambar 3.9 | Remaja Laki-laki di Dasar Kolam..... | 72 |
| Gambar 3.10 | Remaja Laki-laki Memegang Handphone | 72 |

DAFTAR GRAFIK

| | |
|--|---|
| Grafik 1.1 Rentang Tahun kelahiran Generasi Milenial | 2 |
|--|---|

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Advertising

Ridha Kusnawati

Representasi Maskulinitas Remaja Laki-laki Milenial dalam Iklan TVC HiLo Teen versi “Tumbuh Tinggi Cuma Sekali”, “Tumbuh Tinggi Jangan Nanti-nanti”, dan “Balikan Sama Mantan”

Tahun Skripsi: 2018 + 85 Hal + 17 Gambar

Daftar Pustaka: 33 Buku + 12 Jurnal + 3 Internet

Penelitian ini mengungkap bagaimana maskulinitas remaja milenial direpresentasikan dalam iklan HiLo Teen versi “Tumbuh Tinggi Cuma Sekali”, “Tumbuh Tinggi Jangan Nanti-nanti” dan “Balikan sama Mantan”. Generasi milenial adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1980 sampai 2000. Penelitian dilakukan dengan metode analisis semiotika menggunakan perangkat-perangkat kode televisual milik John Fiske. Kode-kode sosial yang terdapat di dalam iklan seperti kostum pemain, gesture dan ekspresi, kerja kamera, pencahayaan, latar dan dialog dianalisis melalui tiga level teori semiotika John Fiske yaitu level realitas, level representasi dan level ideologi. Kode-kode sosial tersebut selanjutnya dianalisis dengan melihat paradigma yang direpresentasikan ke dalam scene-scene iklan untuk menangkap makna yang terbentuk. Hasil penelitian terhadap iklan HiLo Teen menunjukkan bahwa maskulinitas remaja laki-laki milenial direpresentasikan aktif melakukan kegiatan fisik, dan remaja laki-laki berpostur tubuh tinggi lebih mendominasi remaja laki-laki berpostur tubuh pendek. Selain itu mereka berani menunjukkan ketertarikannya kepada lawan jenis.

Kata Kunci: Semiotika, The Codes of Television, Maskulinitas, Remaja Milenial

ABSTRACT

University of Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social and Political Science

Departement of Communication Science

Concentration of Advertising

Ridha Kusnawati

Representation of Millennial Teenage Male Masculinity in TVC Teen HiLo commercials version of “Tumbuh Tinggi Cuma Sekali”, “Tumbuh Tinggi Jangan Nanti-nanti”, dan “Balikan Sama Mantan”

Year of Undergraduate Thesis: 2018 + 85 Pages + 17 Pictures

References: 33 Books + 12 Journals + 3 Internet Source

This research reveals how millennial teenage masculinity is represented in the Teen HiLo ad version "Growing Up Only Once", "Growing Up Do Not Later" and "Give Back to the Former". Millennial generation is the generation that was born in the span of 1980 to 2000. The research was carried out with semiotic analysis method using John Fiske's televisionual code devices. The social codes contained in advertisements such as player costumes, gestures and expressions, camera work, lighting, setting and dialogue are analyzed through three levels of John Fiske's semiotic theory, namely the level of reality, level of representation and level of ideology. The social codes are then analyzed by looking at the paradigm represented in the advertising scenes to capture the meaning formed. The results of research on HiLo Teen ads show that the masculinity of millennial male teenage is represented actively doing physical activities, and male teenager with high body postures dominate male adolescents with short body postures. Besides that they dare to show feelings to women.

Keywords: Semiotics, The Codes of Television, Masculinity, Millennial Teens