

HALAMAN PERNYATAAN

Nama : Oky Tri Wibowo

Nim : 20130530295

Konsentrasi : *Advertising*

Program Studi : Ilmu komunikasi

Dengan ini saya menyatakan, bahwa skripsi dan penelitian dengan judul “PENERIMAAN PENONTON TERHADAP MASKULINITAS DALAM IKLAN EXTRA JOSS TAHUN 2017” adalah hasil karya saya sendiri. Penelitian dalam skripsi ini benar-benar telah dilakukan dan dapat dipertanggungjawabkan. Begitu pula seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut.

Penulis

(Oky Tri Wibowo)

MOTTO

“RUMAH”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk seluruh pihak yang mendukung selesainya skripsi ini sebab tanpa doa dan dukungan yang mereka berikan, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT sang pemberi kehidupan dan segalanya karena dengan kehidupan dan segalanya yang Allah berikan, skripsi ini terselesaikan dengan baik.
2. Alam semesta yang telah memberikan segalanya.
3. Kedua orang tua, Djuwadi dan Suryani Kusuma Dewi yang tidak adaandingannya.
4. Kedua kakak saya, Andi Martha Dinatha dan Army Dwi Kustianto yang tidak adaandingannya.
5. Semua keluarga saya yang berada di seluruh alam semesta.
6. Enola Putri Ardianka dengan kekuatan super dan energinya.
7. Manis Manja Grup yang memberi energi positif dan energi negatif.
8. Anak Kobra yang memberi energi positif dan energi negatif.
9. Djims Kos beserta warga isinya, air dan listriknya.
10. Cinema Komunikasi UMY dan Teater Tangga UMY.
11. Warga Yogyakarta.
12. Warga Lampung.
13. Masyarakat Indonesia

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, atas karunia rahmat hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENERIMAAN PENONTON TERHADAP MASKULINITAS DALAM IKLAN EXTRA JOSS 2017”
Demikian saya haturkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M. Sc, selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP, M.Si, selaku wakil ketua jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Filosa Gita Sukmono, S.Ikom. MA. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, masukan dan bimbingan yang sangat membantu penulis selama melaksanakan penelitian ini.
4. Bapak Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si dan Bapak Zein Mufarrih Muktaf, S.IP., M.I.Kom selaku dosen penguji yang telah memberikan saran yang membangun untuk peneliti.
5. Seluruh dosen jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat untuk penulis.

6. Pak Jono, Pak Mur, Mba Siti dan seluruh staf Universitas Muhammadiyah Yogyakarta khususnya jurusan Ilmu Komunikasi.
7. Extra Joss, Growing Up Films dan 9To9 Creative House yang sudah membuat produk dan memproduksi iklan tersebut sehingga penulis dapat meneliti dan menyelesaikan sarjananya.
8. Fix Production dan Prolog Gym yang sudah bersedia menjadi informan penelitian ini.
9. Universita Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman.

Terima kasih sekali lagi penulis ucapkan kepada semua pihak yang penulis temui, terutama yang selalu mendampingi skripsi hingga detik ini. Dan harapan penulis, semoga penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman siapapun yang membacanya, walaupun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh.

Yogyakarta, 21 Maret 2019

Okky Tri Wibowo

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRAC.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritis.....	11

2. Manfaat Praktis.....	11
E. Penelitian Terdahulu.....	11
F. Kerangka Teori.....	15
1. Maskulinitas.....	15
2. Khalayak Aktif.....	18
3. Iklan Televisi.....	19
4. Teori Encoding-Decoding.....	21
G. Metode Penelitian.....	24
1. Jenis Penelitian.....	24
2. Kerriteria Informan.....	24
3. Objek Penelitian.....	25
4. Subjek Penelitian.....	25
5. Teknik Pengumpulan Data.....	26
a. Focus Group Discussion (FGD).....	26
b. Wawancara.....	26
c. Studi Pustaka.....	27
6. Teknik Analisis Data.....	27
7. Sistem Penulisan.....	29
BAB II GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	30
A. Extra Joss di Dunia Minuman Berenergi.....	30
B. Fenomena Minuman Energi di Indonesia.....	33
C. Encoding Iklan Extra Joss.....	37
1. Kerangka Pengetahuan.....	37
2. Hubungan Produksi.....	40

3. Infrastruktur Teknis.....	43
D. Deskripsi Extra Joss.....	52
1. Profil Iklan Extra Joss Blend.....	54
2. Profil Iklan Extra Joss Mangga dan Anggur.....	54
3. Bintang Iklan Extra Joss Tahun 2017.....	54
4. Profil Fix Production.....	56
5. Profil Prolog Gym.....	57
BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Catatan Pembuka.....	58
B. Profil Informan.....	59
C. Kerangka Pengetahuan Penonton.....	61
D. Hubungan Produksi di Decoding.....	66
E. Penerimaan Penonton Terhadap Maskulinitas	
dalam Iklan Extra Joss Tahun 2017.....	68
1. Penerimaan Adegan Maskulin dalam Hal	
Berotot.....	68
2. Penerimaan Adegan Maskulin dalam Hal	
Kekuatan.....	72
3. Penerimaan Adegan Maskulin dalam Hal	
Keringat.....	75
4. Penerimaan Adegan Maskulin dalam Hal	
Kejantanan.....	78
5. Penerimaan Adegan Maskulin dalam Hal	
Properti.....	81

F. Analisis Posisi Hipotekal Penerimaan Penonton	
Terhadap Iklan Extra Joss 2017.....	84
G. Catatan Penutup.....	92
BAB IV PENUTUP.....	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 1.1 Iklan Extra Joss Anggur.....	7
Gambar 1.2 Iklan Extra Joss Manga.....	8
Gambar 1.3 Model Komunikasi Televisual Stuart Hall.....	23
Gambar 1.4 Alur Analisis Data Menggunakan <i>Encoding Decoding</i> Ikan Extra Joss Tahun 2017.....	28
Gambar 2.1 Volume Ekspor Minuman Berenergi (Jenis Cair) di Indonesia.....	36
Gambar 2.2 Adegan yang Memperlihatkan Otot Rio Dewanto.....	45
Gambar 2.3 Adegan Rio Dewanto Mengekspresikan Kemenangan.....	46
Gambar 2.4 Adegan rio Dewanto Menendang Samsak Hingga Rusak.....	46
Gambar 2.5 Adegan rio Dewanto Memukul Lawan Hingga KO.....	47
Gambar 2.6 Adegan Lawan Hingga Terpentak saat Terima Smash kuat dari Liliyana dan Tantowi.....	48
Gambar 2.7 Adegan Seorang Siswa Sedang Pull Up.....	48

Gambar 2.8 Adegan Rio Dewanto Sedang Minum	
Extra Joss Anggur.....	49
Gambar 2.9 Adegan rio Dewanto Sedang minum	
Extra Joss Mangga.....	50
Gambar 2.10 Adegan Rio Dewanto Melerai Timnya	
Yang Ingin Mengusir.....	50
Gambar 2.11 Adegan Rio Menggunakan Kaos	
“Gue laki. Bukan Aki-Aki”	52
Gambar 2.12 Logo Extra Joss.....	53
Gambar 2.13 Extra Joss Anggur.....	53
Gambar 2.14 Extra Joss Mangga.....	53
Gambar 2.15 Extra Joss Blend.....	53
Gambar 2.16 Extra Joss Bar	53
Gambar 2.17 Rio Dewanto.....	54
Gambar 2.18 Kartika Putri.....	55
Gambar 2.19 Tantowi Ahmad.....	55
Gambar 2.20 Liliyana Natsir.....	55
Gambar 2.21 Fahria Yasmin Baladraf.....	56
Gambar 2.22 Logo Fix Production.....	57

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 1.1 Iklan di Indonesia yang Menampilkan Maskulinitas.....	5
Tabel 2.1 Iklan Bintang Toedjoe yang diproduksi Growing Up Films.....	42
Tabel 2.2 Iklan Bintang Toedjoe yang diproduksi 9to9.....	43
Tabel 2.3 Teknik Pengambilan Gambar.....	44
Tabel 3.1 Profil Informan Prolog Gym.....	59
Tabel 3.2 Profil Informan Fix Production.....	60
Tabel 3.3 Posisi Informan Prolog Gym Terhadap Adegan Maskulinitas dalam Hal Berotot.....	84
Tabel 3.4 Posisi Informan Fix Production Terhadap Adegan Maskulinitas dalam Hal Berotot.....	85
Tabel 3.5 Posisi Informan Prolog Gym Terhadap Adegan Maskulinitas dalam Hal Kekuatan.....	85
Tabel 3.6 Posisi Informan Fix Production Terhadap Adegan Maskulinitas dalam Hal Kekuatan.....	86
Tabel 3.7 Posisi Informan Prolog Gym Terhadap Adegan Maskulinitas dalam Hal Keringat.....	87

Tabel 3.8 Posisi Informan Fix Production Terhadap Adegan	
Maskulinitas dalam Hal Keringat.....	88
Tabel 3.9 Posisi Informan Prolog Gym Terhadap Adegan	
Maskulinitas dalam Hal Kejantanan.....	89
Tabel 3.10 Posisi Informan Fix Production Terhadap Adegan	
Maskulinitas dalam Hal Kejantanan.....	89
Tabel 3.11 Posisi Informan Prolog Gym Terhadap Adegan	
Maskulinitas dalam Hal Properti.....	90
Tabel 3.12 Posisi Informan Fix Production Terhadap Adegan	
Maskulinitas dalam Hal Properti.....	91
Tabel 3.13 Penerimaan Penonton Fix Production dan	
Prolog Gym dalam Iklan Extra Joss Tahun 2017.....	92