

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Iklan dikemas sedemikian kreatif guna menarik perhatian *audience* agar pesan iklan dapat dipahami, diingat, hingga terjadi proses pembelian produk yang diiklankan tersebut. Iklan tidak hanya berfungsi untuk pemasaran produk, tapi iklan juga sebagai fungsi sosial yang berperan dalam menumbuhkan dampak sosial psikologis pada diri audiensnya, serta menjual nilai-nilai ideal dalam gaya hidup di masyarakat.

Iklan M-150 versi “*Hero*” memiliki konsep yang berbeda dengan iklan minuman berenergi lainnya yang ada di pasaran. Iklan ini memiliki kesan tersendiri bagi setiap informan yang menyaksikannya, karena konsep iklan yang berbeda dengan produk minuman berenergi. Iklan ini cukup sukses dalam menarik perhatian masyarakat. Jalan cerita yang menarik, *background* yang *earcatching*, serta bintang iklan yang *good looking* merupakan faktor-faktor dalam iklan tersebut yang mampu menarik perhatian audiens.

Setiap individu memiliki persepsi maskulin yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Masyarakat beranggapan bahwa sebuah iklan dikatakan maskulin jika *endorser* dalam iklan tersebut adalah laki-laki dengan postur tubuh yang gagah dan atletis, karena penampilan fisik

laki-laki semacam itu lebih dimaknai dalam perspektif yang mengarah pada imaji jantan dan kuat. Selain *endorser*, faktor yang berpengaruh agar iklan dapat dikategorikan sebagai iklan yang maskulin adalah *setting* dan aktivitas dalam iklan tersebut. *Setting* dan aktivitas yang dilakukan dalam sebuah iklan biasanya saling berkaitan. Menurut kajian sosiologi, *setting* dan aktivitas yang dilakukan sering dikategorikan dalam komponen yang sama, yaitu publik dan domestik.

Masyarakat beranggapan bahwa *hero* selalu identik dengan stereotip laki-laki maskulin. Media yang memiliki peran penting dalam pembentukan persepsi *hero* dikaitkan sebagai tokoh yang maskulin adalah tayangan televisi. Iklan M-150 versi “*Hero*” dianggap sebagai iklan yang mengandung unsur-unsur maskulin, karena beberapa tempat dan aktivitas yang dilakukan oleh pemeran utama dalam iklan ini adalah cukup merepresentasikan hal-hal yang identik pada stereotip maskulin.

Melalui makna yang tersirat di dalamnya, iklan M-150 versi “*Hero*” berperan untuk memberikan gambaran kepada audiens bahwa sosok maskulin tidak hanya diidentikkan dengan penampilan fisik saja, melainkan juga dengan aktivitas yang dilakukan. Iklan ini juga berperan mempersuasi audiens, untuk menanamkan jiwa maskulin seorang pahlawan di lingkungan sekitarnya, baik itu lingkungan keluarga maupun lingkungan masyarakat dan mengajak audiens agar bekerja keras dengan tetap menanamkan sifat jujur dan rela berkorban bagi orang-orang disekitarnya. Selain itu, iklan ini dapat memberikan gambaran pada

masyarakat tentang sebuah iklan yang mengandung unsur maskulin dengan konsep yang tidak hanya mempertontonkan kekuatan otot, melainkan dengan aktivitas-aktivitas lain yang identik dengan stereotip maskulin.

B. Saran

1. Akademis

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dilakukan dengan teknik pengumpulan data wawancara pada delapan orang informan dengan karakter gender yang berbeda. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan untuk melakukan penggalan lebih dalam tentang penelitian ini, dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengukur sejauh mana peran iklan M-150 versi “*Hero*” dalam membentuk persepsi maskulin di masyarakat, dengan responden yang lebih variatif lagi.

2. Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan tolak ukur bagi produsen minuman berenergi, sebagai masukan dalam menciptakan iklan yang kreatif untuk produk tersebut, dan memiliki makna pesan yang mudah dipahami oleh masyarakat, seperti halnya iklan minuman berenergi M-150 versi “*Hero*”.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry.** 1984. *Consumer Behavior and Marketing Action Second Edition*. Boston: Kent Publishing Company.
- Bungin, Burhan.** 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa, Iklan TV dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomass Luckmann*. Jakarta: Kencana
- DeVito, Joseph.** 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books
- Durianto, Darmadi. dkk.** 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hakim, Budiman.** 2006. *Lantaran tapi Relevan*. Yogyakarta: Galang Press
- Handayani, T dan Sugiarti.** 2006. *Konsep dan Teknik Penelitian Gender*. Malang: UMM Press
- Jefkins, Frank.** 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga
- Kasali, Renald.** 1992. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti
- Moleong, Lexy J.** 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ketujuh. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Murniati.** 2004. *Getar Gender, Perempuan Indonesia dalam Perspektif Agama, Budaya, dan Keluarga*. Magelang: Indonesiaterra
- Nazir, Moh.** 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Rakhmat, Jalaluddin.** 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Saptari, Ratna dan Brigitta Holzner.** 1997. *Perempuan Kerja dan Perubahan Sosial. Sebuah Pengantar Studi Perempuan*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti
- Shimp, Terence A.** 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga
- Simamora.** 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka

Utama

Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta

Suryakusuma, Julia. 1991. *Konstruksi Sosial Seksualias – sebuah pengantar teoritis*. *Majalah Prisma*. Jakarta: Lp3ES

Vestergaard, Torben dan Kim Schroder. 1985. *The Language of Advertising*. Oxford: Basil Blackwell

Walgito, B. 2002. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi Offset

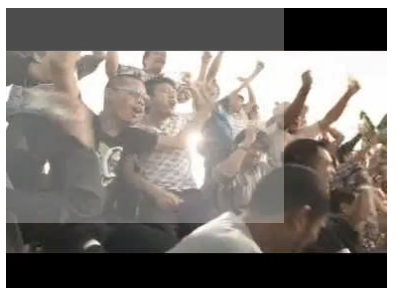
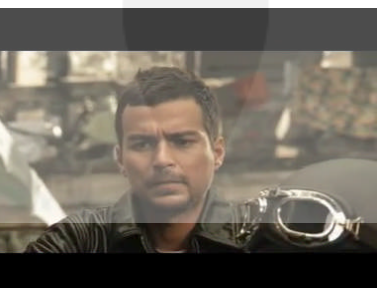
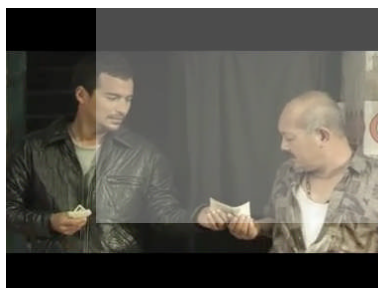
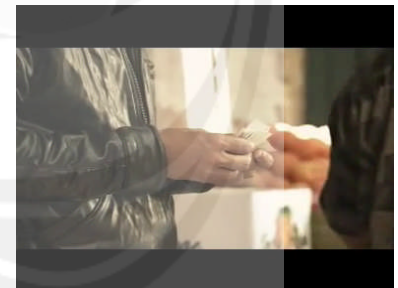
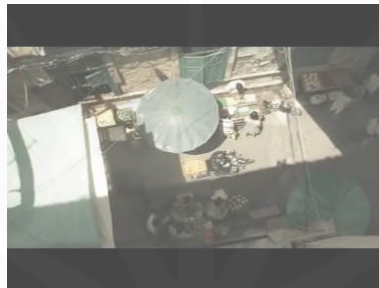
Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia

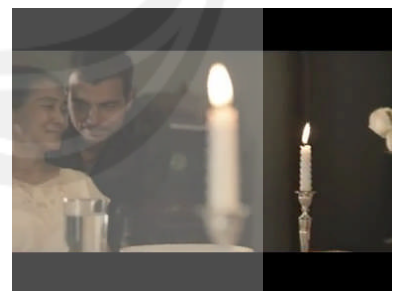
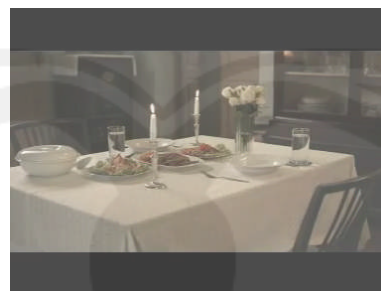
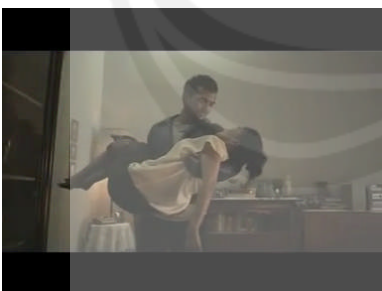
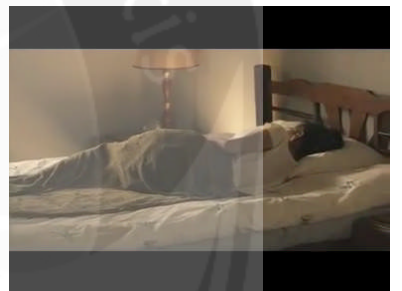
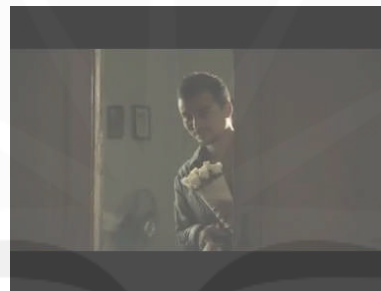
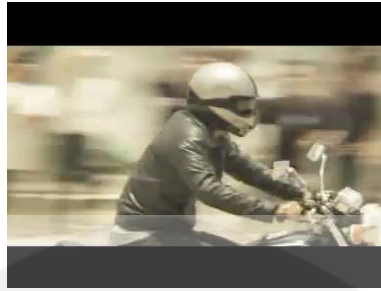
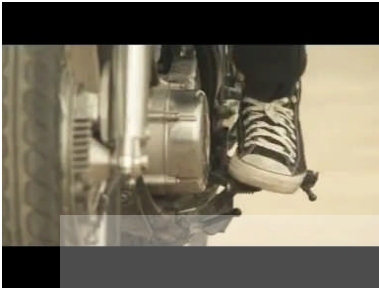
Widyatama, Rendra. 2006. *Bias Gender Dalam Iklan Televisi*. Yogyakarta: Media Pressindo

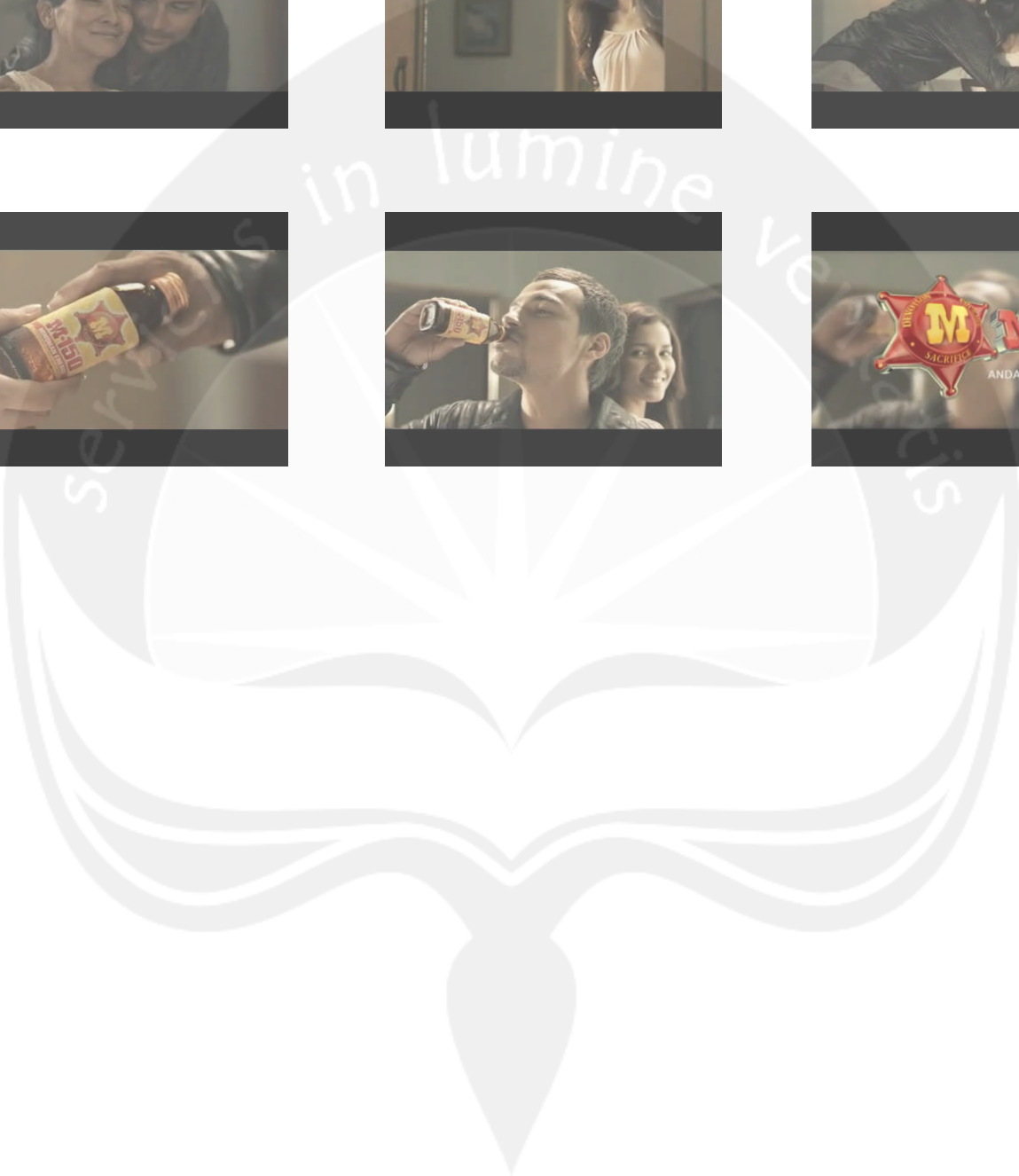
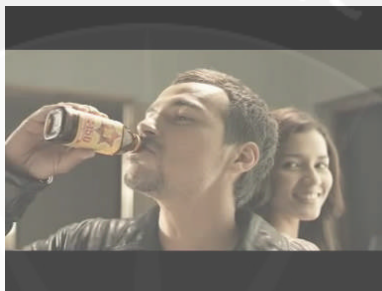
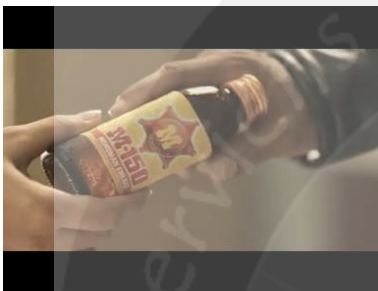
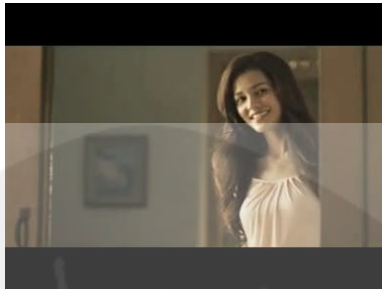
www.sumbawanews.com diakses tanggal 15 Februari 2011

www.youtube.com yang diakses 6 Juli 2011

LAMPIRAN 1
FRAME IKLAN M-150 VERSI “HERO”







LAMPIRAN 2

INTERVIEW GUIDE

Persepsi Tentang Maskulin

Apakah maskulin itu ?

Bagaimanakah gambaran sosok maskulin dalam benak anda ?

Apakah kriteria yang menjadikan seseorang agar dapat disebut sebagai maskulin ?

Persepsi Tentang Iklan yang Maskulin

Menurut Anda, bagaimanakah iklan yang maskulin itu jika dilihat dari:

- a. *Endorser* (Bintang Iklan)
- b. *Setting* (Lokasi)
- c. Aktivitas
- d. Alur

Persepsi Tentang Iklan M-150 versi Hero

Perhatian Tentang Iklan

- a. Bagaimana kesan yang muncul dalam pikiran Anda saat pertama kali melihat iklan tersebut ?
- b. Faktor apa yang menarik perhatian Anda untuk menyaksikan jalan cerita dalam iklan tersebut?

Persepsi Tentang Maskulin dalam Iklan M-150 versi Hero

- a. Apakah iklan M-150 versi *hero* mengandung unsur iklan yang maskulin ?
- b. Bagian isi pesan iklan yang mana yang paling menonjolkan sisi maskulin? Alasannya?
- c. Apakah Anda setuju dengan iklan yang maskulin tersebut dikaitkan dengan produk minuman berenergi ? Alasannya ?
- d. Menurut Anda, mengapa sosok pahlawan/*hero* selalu diidentikkan dengan maskulin ?

- e. Menurut Anda, apakah maskulin yang disampaikan dalam iklan tersebut konsisten dengan realita yang ada saat ini ? Mengapa ?

Unsur Iklan

1. *Endorser* (Bintang Iklan)

- a. Apakah kriteria yang harus ada dari *endorser* untuk memerankan tokoh yang maskulin ?
- b. Bagaimana tampilan fisik *endorser* untuk merepresentasikan maskulin (kostum, riasan, dan atribut/aksesoris yang dikenakan) ?
- c. Apakah *endorser* dalam iklan M-150 versi *hero* adalah sosok yang maskulin? *Endorser* yang mana ? Alasannya ?

2. *Setting* (Lokasi)

- a. Apakah kriteria yang harus ada agar *setting* dapat digambarkan sebagai tempat yang merepresentasikan maskulin?
- b. Apakah lokasi-lokasi dalam iklan M-150 versi *hero* dapat merepresentasikan maskulin ?
- c. Lokasi mana saja yang menonjolkan maskulin dalam iklan tersebut ? Alasannya ?

3. Aktivitas

Aktivitas apa sajakah dalam iklan M-150 versi *hero* yang menggambarkan maskulin ? Alasannya ?

4. Alur

Apakah dengan menyaksikan jalan cerita dalam iklan tersebut Anda mampu memahami makna maskulin ? Mengapa ?

LAMPIRAN 3

PROFIL NARASUMBER

1. Nama : AD
Alamat : Jl. Kaliurang
Pekerjaan : Mahasiswa
Hobi : Olah Raga, Travelling
Anak ke : 1
Jml saudara kandung : -
Status Perkawinan : Belum Menikah

2. Nama : AM
Alamat : Bumijo
Pekerjaan : Mahasiswi
Hobi : Olah Raga (Renang dan atlet Tae Kwon Do)
Anak ke : 4
Jml saudara kandung : 3 Laki-Laki dan 1 Perempuan
Status Perkawinan : Belum Menikah

3. Nama : HI
Alamat : Jakarta Barat
Pekerjaan : Pelatih *Ice Skating* dan *Freelance Make Up Artist*
Hobi : *Ice Skating*, Renang, *Hang out*, *Clubbing*, *Shopping*
Anak ke : 2
Jml saudara kandung : 1 Perempuan
Status Perkawinan : Belum Menikah

4. Nama : NP
Alamat : Minomartani
Pekerjaan : Mahasiswa dan Fashion Stylish
Hobi : Fotografi
Anak ke : 2
Jml saudara kandung : 2 Perempuan
Status Perkawinan : Belum Menikah
5. Nama : OF
Alamat : Jl. Jend. Gatot Subroto Cilacap
Pekerjaan : Mahasiswi, Pelayanan Menari
(*tambourine*) dan *make up* di Gereja, Guru
tari sekolah minggu.
Hobi : Menari
Anak ke : 1
Jml saudara kandung : 1 Perempuan
Status Perkawinan : Belum Menikah
6. Nama : SK
Alamat : Jl. Nusa Indah
Pekerjaan : Wiraswasta dan Ibu Rumah Tangga
Hobi : Memasak dan pergi ke salon
Anak ke : 1
Jml saudara kandung : 2 Laki-Laki dan 1 Perempuan
Status Perkawinan : Menikah
7. Nama : RJ
Alamat : Jl. Raya Janti Jomblang
Pekerjaan : Instruktur *Fitness* dan *Personal Trainer*
Hobi : *Body Building*
Anak ke : 1

Jml saudara kandung : 1 Laki-Laki dan 1 Perempuan

Status Perkawinan : Belum Menikah

8. Nama : LY

Alamat : Jl. Gandekan Yogyakarta

Pekerjaan : Pengusaha

Hobi : Membaca

Anak ke : 4

Jml saudara kandung : 1 Laki-Laki dan 2 Perempuan

Status Perkawinan : Menikah



LAMPIRAN 4 TRANSKRIP WAWANCARA

Informan 1. LY

- Peneliti : Apakah yang Anda pahami tentang maskulin ?
LY : Ya...cowok bangetlah, segala sesuatu yang menyangkut tentang laki- laki.
- Peneliti : Lalu, apa kriteria yang diperlukan agar seseorang dapat dikategorikan memiliki sikap maskulin ?
LY : Mungkin harus gagah, tinggi, proporsional, sehat, bertenaga, *fashionable*, dan gairah tinggi.
- Peneliti : Kalau dikaitkan dengan sebuah iklan, menurut anda bagaimana sih iklan yang maskulin itu jika dilihat dari bintang iklan, *setting* dan aktivitas dalam iklan tersebut?
LY : Kalau bintang iklan mungkin harus yang keliatan cowok banget, keren gagah, dan terlihat sehat. Lokasinya di tempat-tempat yang ramai dan banyak aktivitas seperti tempat olah raga, dengan segala aktivitas yang menghasilkan keringat, karena cowok itu nggak jauh-jauh dari keringat.
- Peneliti : Apakah Anda pernah menyaksikan iklan M-150 versi terbarunya yang berkonsep “*Hero*” ?
LY : Yang mana itu ?

(Peneliti memutarakan iklan tersebut)

- LY : Belum pernah lihat...
Peneliti : Bagaimana kesan yang muncul dalam pikiran Anda setelah menyaksikan iklan ini ?
LY : Bagus, kesannya nggak iklan murahan, konsepnya beda sama iklan produk sejenis, menarik untuk ditonton dan membuat orang penasaran pengen nonton sampai habis.
- Peneliti : Faktor apa yang paling menarik perhatian dari iklan ini ?
LY : Jalan ceritanya dramatis banget, ditambah lagunya pas banget buat cerita macam itu, jadi kelihatan keren iklannya.
- Peneliti : Menurut Anda apakah iklan ini termasuk iklan yang mengandung unsur maskulin ?
LY : Ya
Peneliti : Alasannya ?
LY : Karena dalam iklan itu terdapat cerita dengan melakukan sebuah adegan berbahaya, yang biasanya cuma cowok tulen yang berani menghadapinya.

- Peneliti : Bintang iklan dalam iklan ini apakah dapat merepresentasikan sosok yang maskulin?
- LY : Ya
- Peneliti : Dari beberapa yang ada, bintang iklan yang mana dan alasannya apa ?
- LY : Bintang iklan cowok, yang memerankan tokoh *stuntman*, karena penampilannya udah keliatan cowok banget, dan karakternya dalam iklan ini sangat mendukung penampilannya.
- Peneliti : Kalau masalah lokasi, apakah udah merepresentasikan lokasi-lokasi yang maskulin ?
- LY : Ya
- Peneliti : Lokasi mana saja yang merepresentasikan maskulin dalam iklan ini ?
- LY : Lokasi balap motor dan saat di rumah
- Peneliti : Kalo aktivitas, apa saja yang merepresentasikan maskulin?
- LY : Kalau menurut saya saat si pria dalam iklan tersebut mengantarkan beberapa peti jeruk kepada pedagang buah di pasar dan saat melakukan adegan *stuntman*.
- Peneliti : Alasannya ?
- LY : Karena pada bagian itu menunjukkan bahwa ia adalah sosok pria yang pekerja keras untuk orang yang disayangi, hingga ia harus melakukan adegan yang berbahaya sekalipun.
- Peneliti : Lalu menurut Anda, kenapa sosok pahlawan / *hero* itu selalu diidentikkan sebagai sosok yang maskulin ?
- LY : Ya kalau nggak maskulin kan nggak keren
- Peneliti : O begitu ya..Kalau bicara realita, apakah kesan maskulin yang ada dalam iklan ini sesuai dengan realita saat ini ?
- LY : Tidak...realita yang ada saat ini melihat maskulin hanya dari fisik semata, badan kekar, berotot, kuat dan macho. Kalau dalam iklan ini kan lebih ditonjolkan dengan perbuatan.
- Peneliti : OK..baik. Mungkin sekian saja, terima kasih atas waktunya.

Informan 2. RJ

- Peneliti : Apakah yang Anda pahami tentang maskulin ?
- RJ : Maskulin itu adalah sosok pria yang berani, bertanggung jawab, tegas, berwibawa, dan dewasa.
- Peneliti : Menurut Anda, apa kriteria agar seseorang dapat dikategorikan memiliki sikap maskulin ?
- RJ : Memiliki tubuh tegap, berkhayala, tegas, bertanggung jawab, dan berwibawa.
- Peneliti : Kalau dikaitkan dengan sebuah iklan, menurut anda

- bagaimana iklan yang maskulin itu jika dilihat dari bintang iklan, *setting* dan aktivitas dalam iklan tersebut?
- RJ : Karakternya ya harus berwibawa, dewasa dan kharismatik. Tampil dengan apa adanya dan nggak berlebihan, karena sosok maskulin adalah sosok yang sudah dewasa, termasuk dalam penampilan. Untuk *setting*, mungkin tempat-tempat yang membutuhkan keberanian dengan situasi yang keras dan menantang, yang dibutuhkan ketegasan dalam mengambil keputusan, sehingga butuh usaha keras untuk mencapainya.
- Peneliti : Lalu kalau aktivitasnya ?
- RJ : Mungkin aktivitas olah raga yang memacu adrenalin.
- Peneliti : Apakah Anda pernah menyaksikan iklan M-150 versi terbarunya yang berkonsep “*Hero*” ?
- RJ : Pernah...
- Peneliti : Bagaimana kesan yang muncul dalam pikiran Anda setelah menyaksikan iklan ini ?
- RJ : Bercerita tentang seorang pria yang bekharisma dan memiliki keberanian.
- Peneliti : Menurut Anda faktor apa yang menarik perhatian dari iklan ini?
- RJ : Keberanian dan ketegaran pria dalam iklan tersebut dalam menghadapi masalah dan tantangan.
- Peneliti : Menurut Anda apakah iklan ini termasuk iklan yang mengandung unsur maskulin ?
- RJ : Ya
- Peneliti : Alasannya ?
- RJ : Hal itu tampak pada keberanian dan ketegaran pria dalam iklan tersebut dalam menghadapi masalah dan tantangan, karena pria dikatakan maskulin jika ia itu berani, kuat, dan mampu memecahkan masalah.
- Peneliti : Bintang iklan dalam iklan ini apakah dapat merepresentasikan sosok yang maskulin?
- RJ : Ya
- Peneliti : Dari beberapa yang ada, bintang iklan yang mana dan alasannya apa ?
- RJ : Pemeran utamanya. Karena penampilannya secara fisik maskulin.
- Peneliti : Kalau masalah lokasi, apakah udah merepresentasikan lokasi-lokasi yang maskulin ?
- RJ : Ya
- Peneliti : Lokasi mana saja yang merepresentasikan maskulin dalam iklan ini ?
- RJ : Waktu di rumah, saat ia menggendong ibunya menuju meja makan.
- Peneliti : Kalo aktivitas, apa saja yang merepresentasikan maskulin?

- RJ : Saat berada di arena atraksi motor dan saat di rumah. Saat melakukan atraksi motor ia menunjukkan sisi maskulin sebagai pria mandiri yang harus mencari uang dengan segala resiko yang akan dihadapinya, sedangkan saat di rumah ia berperan sebagai pria maskulin yang tanggung jawab dan cinta terhadap keluarga.
- Peneliti : Lalu menurut Anda, kenapa sosok pahlawan / *hero* itu selalu diidentikkan sebagai sosok yang maskulin ?
- RJ : Karena menurut saya seorang *hero* itu harus mampu menjadi pemimpin yang penuh dengan tanggung jawab untuk membela kebenaran.
- Peneliti : Kalau bicara realita, apakah kesan maskulin yang ada dalam iklan ini sesuai dengan realita saat ini ?
- RJ : Ya, sekarang ini hidup semakin susah, mencari kerja susah dan biaya hidup tinggi. Orang akan dianggap maskulin jika ia berani melakukan pekerjaan apapun untuk bertahan hidup dan mencukupi kebutuhan keluarganya, meskipun harus bekerja yang penuh resiko sekalipun.

Informan 3. SK

- Peneliti : Menurut Anda, Apakah maskulin itu?
- SK : Menurut saya maskulin itu segala sesuatu yang berhubungan dengan laki-laki, baik dilihat dari fisik yang kuat maupun pembawaan diri yang tegas.
- Peneliti : Lalu, apa kriteria yang diperlukan agar seseorang dapat dikategorikan memiliki sikap maskulin ?
- SK : Tentu saja harus laki-laki yang kuat, perkasa, dan penampilannya jantan banget.
- Peneliti : Kalau dikaitkan dengan sebuah iklan, menurut Anda bagaimana sih iklan yang maskulin itu jika dilihat dari bintang iklan, *setting* dan aktivitas dalam iklan tersebut?
- SK : Kalau dilihat dari bintang iklannya mungkin tampilan fisik yang mendukung. Ada jambangnya, badannya kekar, dan sorot mata yang tajam. *Setting*nya tergantung dari aktivitasnya juga, misalnya aja *setting* yang digunakan tempat *rally* tapi kalo aktivitasnya nggak mendukung seperti kontes dangdut waria gitu kan ya tetep nggak maskulin kan...Jadi menurut saya itu satu kesatuan yang saling mendukung antara bintang iklan, *setting* dan aktivitas. Kalau aktivitasnya mungkin seperti aktivitas-aktivitas panjat tebing. Terjun di laut, berburu di hutan, berlari melompati gedung-gedung, olah raga seperti *fitnes*.
- Peneliti : Masalah aksesoris yang dikenakan seperti baju dll. Ada

SK : kriteria khusus tidak ?
 : Kalau baju mungkin lebih cenderung ke warna gelap,
 begitu juga dengan aksesoris seperti jam tangan.
 Peneliti : Apakah Anda pernah menyaksikan iklan ini sebelumnya ?

(Peneliti memutarakan iklan tersebut)

SK : Pernah...
 Peneliti : Bagaimana kesan yang muncul dalam pikiran Anda
 setelah menyaksikan iklan ini ?
 SK : Terharu banget liat iklannya. Pertama lihat saya kira
 malah seperti iklan perawatan kecantikan wanita seperti
ponds, nggak seperti iklan minuman berenergi.
 Peneliti : Faktor apa yang paling menarik perhatian dari iklan ini ?
 SK : Alur ceritanya, bikin orang penasaran
 Peneliti : Menurut Anda apakah iklan ini termasuk iklan yang
 mengandung unsur maskulin ?
 SK : Ya
 Peneliti : Alasannya ?
 SK : Bintang iklannya keliatan maskulin banget. Ada jenggot
 tipis sama jaket kulitnya, apalagi waktu melakukan adegan
 melompati mobil-mobil menggunakan motornya.
 Peneliti : Bintang iklan dalam iklan ini apakah dapat
 merepresentasikan sosok yang maskulin?
 SK : Ya
 Peneliti : Dari beberapa yang ada, bintang iklan yang mana dan
 alasannya apa ?
 SK : Si tokoh pria. Dari penampilannya udah mencerminkan
 banget gambaran pria maskulin
 Peneliti : Kalau masalah lokasi, apakah udah merepresentasikan
 lokasi-lokasi yang maskulin ?
 SK : Ya
 Peneliti : Lokasi mana saja yang merepresentasikan maskulin dalam
 iklan ini ?
 SK : Menurut saya saat berada di arena *rally* motor karena
 memberikan gambaran dari aktivitas pria maskulin.
 Peneliti : Kalo aktivitas, apa saja yang merepresentasikan maskulin?
 SK : Saat naik motor dan main *rally* menyeberangi mobil-
 mobil. Karena *setting* dan aktivitasnya pencitraan laki-
 laki.
 Peneliti : Lalu menurut Anda, kenapa sosok pahlawan / *hero* itu
 selalu diidentikkan sebagai sosok yang maskulin ?
 SK : Karena pahlawan itu identik dengan pria, tentu saja pria
 yang kuat dan mampu membawakan citra pahlawan yang
 tidak terkalahkan.
 Peneliti : Menurut Anda, bagaimana realitas saat ini, apakah

SK : maskulin dalam iklan M-150 masih ada di masyarakat ?
: Tidak. Maskulin yang ada di realita hanya lebih ditunjukkan secara fisik dari penampilan dan *gesture* tubuh, bukan melalui aktivitas yang dilakukannya dan bagaimana laki-laki itu membawa diri.

Informan 4. OF

Peneliti : Apakah yang Anda pahami tentang maskulin ?
OF : Maskulin adalah di mana pria itu bersikap dan berpenampilan sangat pria. Tidak hanya penampilan saja pria dapat dikatakan maskulin, namun sikap dan perbuatan serta setiap tingkah lakunya harus seperti pria selayaknya. Pria tersebut juga harus sehat dan mampu membawa dirinya untuk selalu fleksibel dalam setiap kondisi.

Peneliti : Lalu, apa kriteria yang diperlukan agar seseorang dapat dikategorikan memiliki sikap maskulin ?
OF : Ramah, berpenampilan baik dan *gentle*, berwibawa, tidak merokok, mampu menghargai dan menghormati wanita, tidak sombong, sehat, pergaulannya sehat, berbicara sopan, bertanggung jawab, tidak cengeng, tegas, mempunyai tanggung jawab, menjaga perasaan orang lain namun tetap menunjukkan kewibawaannya sebagai pria

Peneliti : Kalau dikaitkan dengan sebuah iklan, menurut anda bagaimana sih iklan yang maskulin itu jika dilihat dari bintang iklan, setting dan aktivitas dalam iklan tersebut?
OF : Maskulin, sehat, menarik, dan berwibawa. Serta memiliki pembawaan yang positif dan tidak bergaul dalam pergaulan yang tidak sehat. Kostum yang dikenakan harus maskulin, *gentle*, terlihat rapi, baik, serta tidak sembarangan dan sesuai dengan tempat dan waktu, tidak 'saltum'. Menurut saya, tidak tentu. Jika ada tempat yang sehat dan ada aktivitas pekerjaan di dalamnya, pria tersebut dapat merepresentasikan dirinya dengan menjalani kegiatan yang ada di dalamnya dengan baik dan penuh tanggung jawab. Jika lokasinya di dalam keluarga atau rumah, seperti di dalam iklan, pria maskulin akan menunjukkan kemaskulinannya dengan perhatian terhadap keluarganya, bertanggung jawab, serta memiliki kasih pada setiap anggota keluarganya. Menurut saya, lokasi di mana pun tidak terlalu menjadi suatu persoalan karena lokasi hanya sebagai pendukung saja.

Peneliti : Apakah Anda pernah menyaksikan iklan M-150 versi terbarunya yang berkonsep "Hero" ?

(Peneliti memutarakan iklan tersebut)

- OF : Pernah...
- Peneliti : Bagaimana kesan yang muncul dalam pikiran Anda setelah menyaksikan iklan ini ?
- OF : Bagus iklannya, bercerita tentang sosok pria yang baik dan bertanggung jawab.
- Peneliti : Faktor apa yang paling menarik perhatian dari iklan ini ?
- OF : Aktivitas yang ada di dalamnya membuat saya ingin terus mengikuti jalan ceritanya, karena iklan ini berbicara selayaknya aka nada sesuatu yang terjadi di akhir ceritanya.
- Peneliti : Menurut Anda apakah iklan ini termasuk iklan yang mengandung unsur maskulin ?
- OF : Ya
- Peneliti : Alasannya ?
- OF : Jika dilihat berdasarkan alur yang dimulai dari pekerjaan hingga bentuk perhatian aktor tersebut terhadap keluarganya, serta adanya tanggung jawab yang ditunjukkan di dalamnya.
- Peneliti : Bintang iklan dalam iklan ini apakah dapat merepresentasikan sosok yang maskulin?
- OF : Ya
- Peneliti : Dari beberapa yang ada, bintang iklan yang mana dan alasannya apa ?
- OF : Bintang pemeran utama. Karena penampilannya yang *gentle* dan maskulin serta sikap dan sifatnya yang terlihat sangat baik dan perhatian namun tetap tegas dan berwibawa.
- Peneliti : Kalau masalah lokasi, apakah udah merepresentasikan lokasi-lokasi yang maskulin ?
- OF : Ya
- Peneliti : Lokasi mana saja yang merepresentasikan maskulin dalam iklan ini ?
- OF : Di semua lokasi. Karena pria di dalam iklan tersebut adalah pria yang cukup maskulin dalam penampilan dan sikapnya. Sehingga lokasi bisa didukung oleh karena tingkah laku dan pakaian yang dikenakannya.
- Peneliti : Kalo aktivitas, apa saja yang merepresentasikan maskulin?
- OF : Di setiap aktivitas dalam iklan tersebut. Menurut saya, aktivitas pekerjaan yang ada dalam iklan tersebut merupakan pekerjaan yang bisa dikatakan sebagai pekerjaan yang memerlukan sikap bertanggung jawab dari pria maskulin. Hanya saja, saya hanya melihat aktor pria utama saja yang ditonjolkan sikap dan sifat maskulinnya.
- Peneliti : Lalu menurut Anda, kenapa sosok pahlawan / *hero* itu selalu diidentikkan sebagai sosok yang maskulin ?
- OF : Karena menurut saya maskulin sendiri mampu berbuat

sesuatu demi orang lain. Pahlawan itu seseorang yang mampu membantu orang lain dan memperjuangkan sesuatu demi orang lain. Begitu pula dengan maskulin. Pria dikatakan maskulin apabila ia mampu membantu dan memperjuangkan sesuatu bagi kebaikan.

- Peneliti : Kalau bicara realita, apakah kesan maskulin yang ada dalam iklan ini sesuai dengan realita saat ini ?
- OF : Tidak selalu. Karena pada zaman modern ini tidak semua atau tidak banyak pria maskulin. Untuk penampilan maskulin mungkin masih banyak saya jumpai, tapi untuk sifat dari maskulin sendiri, menurut saya sudah mulai luntur bahkan tidak jarang pria-pria mulai membelokkan diri ke arah sikap dan sifat seperti wanita. Pria bertanggung jawab penuh dan penuh penghormatan kepada orang lain pun, menurut saya, sekarang ini berkurang dan sangat jarang dijumpai di Indonesia.

Informan 5. HI

- Peneliti : Apakah yang Anda pahami tentang maskulin ?
- HI : Ya...cowok bangetlah, segala sesuatu yang menyangkut tentang laki-laki.
- Peneliti : Lalu, apa kriteria yang diperlukan agar seseorang dapat dikategorikan memiliki sikap maskulin ?
- HI : Mungkin harus gagah, tinggi, proporsional, sehat, bertenaga, *fashionable*, dan gairah tinggi.
- Peneliti : Kalau dikaitkan dengan sebuah iklan, menurut anda bagaimana sih iklan yang maskulin itu jika dilihat dari bintang iklan, *setting* dan aktivitas dalam iklan tersebut?
- HI : Mungkin badannya yang atletis, tampan, dan berbulu / bercambang
- Peneliti : Apakah Anda pernah menyaksikan iklan M-150 versi terbarunya yang berkonsep “Hero” ?

(Peneliti memutarakan iklan tersebut)

- HI : Belum pernah...
- Peneliti : Bagaimana kesan yang muncul setelah Anda menyaksikan iklan ini ?
- HI : Keren banget iklannya, mencerminkan sosok pria yang tentu saja diidam-idamkan wanita.
- Peneliti : Faktor apa yang paling menarik perhatian dari iklan ini ?
- HI : Bintang iklannya keren, mukanya Indo, cakep dan cantik.
- Peneliti : Menurut Anda apakah iklan ini termasuk iklan yang mengandung unsur maskulin ?
- HI : Ya

- Peneliti : Alasannya ?
 HI : Ya ada adegan atraksi motornya yang bikin iklan ini keliatan maskulin dan laki banget.
- Peneliti : Bintang iklan dalam iklan ini apakah dapat merepresentasikan sosok yang maskulin?
 HI : Ya
 Peneliti : Dari beberapa yang ada, bintang iklan yang mana dan alasannya apa ?
 HI : Yang cowok, karena hal itu terlihat saat ia melakukan adegan-adegan layaknya yang biasa dilakukan oleh kebanyakan laki-laki.
- Peneliti : Kalau masalah lokasi, apakah udah merepresentasikan lokasi-lokasi yang maskulin ?
 HI : Ya
 Peneliti : Lokasi mana saja yang merepresentasikan maskulin dalam iklan ini ?
 HI : Waktu di tempat tantangan motor dan di rumah
 Peneliti : Kalo aktivitas, apa saja yang merepresentasikan maskulin?
 HI : Adegan pertunjukan atraksi motor melompati deretan mobil, karena adegannya berbahaya banget, yang identik dengan cowok banget.
- Peneliti : Lalu menurut Anda, kenapa sosok pahlawan / *hero* itu selalu diidentikkan sebagai sosok yang maskulin ?
 HI : *Hero* identik dengan sosok yang kuat, pemberani, tangguh, berbadan kekar, dan mampu melindungi kaum yang lemah.
- Peneliti : Kalau bicara realita, apakah kesan maskulin yang ada dalam iklan ini sesuai dengan realita saat ini ?
 HI : Bisa iya bisa tidak...ada pria yang giat bekerja namun lupa dengan keluarganya, ada pria yang pengangguran namun cinta keluarganya, tapi ada juga seperti digambarkan dalam iklan, yakni pria yang pekerja keras dan cinta keluarga.

Informan 6. NP

- Peneliti : Apakah yang Anda pahami tentang maskulin ?
 NP : Menurut saya maskulin menunjukkan hal yang bersifat kelaki-lakian. Maskulin berhubungan erat dengan dunia laki-laki, karena konstruksi sosial sudah mengesampingkan bahwa hal yang berbau kasar, *adventure*, otot, kuat itu hanya dimiliki oleh laki-laki..
- Peneliti : Lalu, apa kriteria yang diperlukan agar seseorang dapat dikategorikan memiliki sikap maskulin ?
 NP : Kalo dalam benak saya gambaran maskulin itu bisa dilihat dari

seorang petinju. Kekuatan, *fight* adalah simbol dari laki-laki yang maskulin. kriteria yang harus ada biasanya pekerja keras, berwibawa, berotot dan berani mengambil resiko.

- Peneliti : Kalau dikaitkan dengan sebuah iklan, menurut anda bagaimana sih iklan yang maskulin itu jika dilihat dari bintang iklan, *setting* dan aktivitas dalam iklan tersebut?
- NP : Mungkin dari bintang iklannya harus macho, tegap, gagah dan perkasa. Tanpa aksesoris yang berlebihan, *simple* tanpa riasan dan kostum *sport* mungkin. Kalau lokasi mungkin sebenarnya *tentative*, salon pun bisa dibuat sebagai tempat yang maskulin. Namun orang awam lebih menerima bahwa area *outdoor* seperti pegunungan dan arena olah raga, *rally*, menjadi lebih maskulin. Aktivitas olah raga seperti basket, sepak bola, *motor cross* dan aktivitas lain yang berhubungan dengan adventure dan *sport* mungkin cocok dibidang maskulin, seperti iklan rokok.
- Peneliti : Apakah Anda pernah menyaksikan iklan M-150 versi terbarunya yang berkonsep “*Hero*” ?

(Peneliti memutarakan iklan tersebut)

- NP : Pernah ...
- Peneliti : Bagaimana kesan yang muncul dalam pikiran Anda setelah menyaksikan iklan ini ?
- NP : Bagus, kesannya macho. Memperjuangkan kesehatan ibunya dengan bekerja keras dan berjuang tanpa menghiraukan keselamatan nyawa sendiri.
- Peneliti : Faktor apa yang paling menarik perhatian dari iklan ini ?
- NP : Yang menarik bagi saya adalah cerita, setting serta ambasadornya.
- Peneliti : Menurut Anda apakah iklan ini termasuk iklan yang mengandung unsur maskulin ?
- NP : Ya
- Peneliti : Alasannya ?
- NP : Karena lokasi, *setting*, alur dan ambassador dalam iklan itu cukup representatif
- Peneliti : Bintang iklan dalam iklan ini apakah dapat merepresentasikan sosok yang maskulin?
- NP : Ya
- Peneliti : Dari beberapa yang ada, bintang iklan yang mana dan alasannya apa ?
- NP : Tokoh utamanya yang cowok, karena semua atribut yang dipakai *simple* dan *representative*.
- Peneliti : Kalau masalah lokasi, apakah udah merepresentasikan

- lokasi-lokasi yang maskulin ?
- NP : Ya
- Peneliti : Lokasi mana saja yang merepresentasikan maskulin dalam iklan ini ?
- NP : Lokasi *motorcross* dan di pasar.
- Peneliti : Kalo aktivitas, apa saja yang merepresentasikan maskulin?
- NP : Ketika tokoh pria dalam iklan tersebut sedang menggendong ibunya, karena pada saat itu juga semua pesan tersirat.
- Peneliti : Menurut Anda, kenapa sosok pahlawan / *hero* itu selalu diidentikkan sebagai sosok yang maskulin ?
- NP : Karena persepsi orang mengenai *hero* adalah maskulin, dan berkaitan dengan semua hal yang dimiliki pria, sehingga *mindset* yang terbangun seperti itu. Lagian kebanyakan pahlawan kan laki-laki, jadi sering dikatakan maskulin.
- Peneliti : Kalau bicara realita, apakah kesan maskulin yang ada dalam iklan ini sesuai dengan realita saat ini ?
- NP : Tidak. Jarang sekali orang yang mau berkorban seperti itu, kadang kalau udah dewasa orang akan peduli dengan hidupnya sendiri.

Informan 7. AD

- Peneliti : Apakah yang Anda pahami tentang maskulin ?
- AD : Maskulin itu ya macho, cowok banget.
- Peneliti : Lalu, apa kriteria yang diperlukan agar seseorang dapat dikategorikan memiliki sikap maskulin ?
- AD : Ya harus macho, cowok banget dan nggak menthel, bersilap layaknya cowoklah.
- Peneliti : Kalau dikaitkan dengan sebuah iklan, menurut anda bagaimana sih iklan yang maskulin itu jika dilihat dari bintang iklan, *setting* dan aktivitas dalam iklan tersebut?
- AD : Bintang iklannya yang kelihatan punya *power*, kuat, macho dan cowok banget, dengan tampilan yang pastinya cowok banget dari kostum dan aksesoris. Jadi keliatannya macho. Di tempat menantang lokasinya, dan tempat-tempat yang biasa untuk kegiatan para cowok seperti jurang, tempat *rally* motor, dan lapangan sepak bola. Aktivitasnya harus kelihatan aktif dan penuh tantangan, tentu saja aktivitas yang biasa dilakukan cowok.
- Peneliti : Apakah Anda pernah menyaksikan iklan M-150 versi terbarunya yang berkonsep “*Hero*” ?

(Peneliti memutarakan iklan tersebut)

AD : Belum...

Peneliti : Bagaimana kesan yang muncul saat pertama kali Anda menyaksikan iklan ini ?

AD : bintang iklan cowoknya macho dan endingnya romantic. Tapi sayang nggak sinkron antara bagian awal dengan yang akhir.

Peneliti : Faktor apa yang paling menarik perhatian dari iklan ini ?

AD : Jalan ceritanya

Peneliti : Menurut Anda apakah iklan ini termasuk iklan yang mengandung unsur maskulin ?

AD : Ya

Peneliti : Alasannya ?

AD : Karena dalam ceritanya ada adegan-adegan yang biasa dilakukan oleh cowok.

Peneliti : Apakah pemilihan bintang iklan dapat merepresentasikan sosok yang maskulin?

AD : Ya

Peneliti : Dari beberapa yang ada, bintang iklan yang mana dan alasannya apa ?

AD : Yang cowok, pada saat melakukan *rally* motor, karena cowok banget kesannya dan berani melakukan tantangan.

Peneliti : Kalau masalah lokasi, apakah udah merepresentasikan lokasi-lokasi yang maskulin ?

AD : Ya

Peneliti : Lokasi mana saja yang merepresentasikan maskulin dalam iklan ini ?

AD : Jalan berpasir dan berdebu, tempat yang digunakan untuk melakukan atraksi motor

Peneliti : Kalo aktivitas, apa saja yang merepresentasikan maskulin?

AD : Waktu tokoh prianya mengendarai motor,

Peneliti : Alasannya ?

AD : Karena menunjukkan sisi cowoknya.

Peneliti : Lalu menurut Anda, kenapa sosok pahlawan / *hero* itu selalu diidentikkan sebagai sosok yang maskulin ?

AD : Karena *hero* harus macho, kuat, cowok banget dan punya *power*. Jarang ada kan *hero* yang menthel/nggak macho.

Peneliti : Kalau bicara realita, apakah kesan maskulin yang ada dalam iklan ini sesuai dengan realita saat ini ?

AD : Tidak, karena menurut saya jarang ada cowok sekarang yang seperti digambarkan dalam iklan itu.

Informan 8. AM

Peneliti : Apakah yang Anda pahami tentang maskulin ?

AM : Maskulin itu menurut saya cenderung punya sifat yang

- sangat lelaki, lelaki sejati, gagah berani dan selalu melindungi.
- Peneliti : Lalu, apa kriteria yang diperlukan agar seseorang dapat dikategorikan memiliki sikap maskulin ?
- AM : Tampan, badan tegap dan kekar, gagah berani, selalu melindungi, *talk less do more*
- Peneliti : Kalau dikaitkan dengan sebuah iklan, menurut anda bagaimana sih iklan yang maskulin itu jika dilihat dari bintang iklan, *setting* dan aktivitas dalam iklan tersebut?
- AM : Bintang iklannya mungkin laki-laki tampan, gagah, tegap, berkumis tipis dengan jaket kulit, celana jeans dan motor cowok
- Peneliti : Apakah Anda pernah menyaksikan iklan M-150 versi terbarunya yang berkonsep “*Hero*” ?
- (Peneliti memutarakan iklan tersebut)**
- AM : Pernah...
- Peneliti : Bagaimana kesan yang muncul dalam pikiran Anda setelah menyaksikan iklan ini ?
- AM : Ceritanya mengharukan dan romantis, namun dibumbui adegan yang sedikit mendebarkan, keren..
- Peneliti : Faktor apa yang paling menarik perhatian dari iklan ini ?
- AM : Perjuangan seorang pria yang begitu mengharukan, demi orang yang dicintainya..
- Peneliti : Menurut Anda apakah iklan ini termasuk iklan yang mengandung unsur maskulin ?
- AM : Ya
- Peneliti : Alasannya ?
- AM : Karena bintang iklan cowoknya keliatan macho, berani melakukan pekerjaan berbahaya dan penuh tantangan.
- Peneliti : Bintang iklan dalam iklan ini apakah dapat merepresentasikan sosok yang maskulin?
- AM : Ya
- Peneliti : Dari beberapa yang ada, bintang iklan yang mana dan alasannya apa ?
- AM : Tokoh laki-laki pemeran utamanya, yang punya cirri-ciri maskulin, seperti gagah, tegap dan tampan.
- Peneliti : Kalau masalah lokasi, apakah udah merepresentasikan lokasi-lokasi yang maskulin ?
- AM : Ya
- Peneliti : Lokasi mana saja yang merepresentasikan maskulin dalam iklan ini ?
- AM : Hamparan pasir yang digunakan sebagai sirkuit adegan *stunt*. Karena mengandalkan nyali dan keberanian.
- Peneliti : Kalo aktivitas, apa saja yang merepresentasikan maskulin?

- AM : Saat *endorser* pria melakukan atraksi *stunt*, melompati mobil-mobil dengan motornya, alasannya karena sosok maskulin digambarkan dengan keberanian dan penuh tantangan.
- Peneliti : Lalu menurut Anda, kenapa sosok pahlawan / *hero* itu selalu diidentikkan sebagai sosok yang maskulin ?
- AM : Karena pahlawan selalu digambarkan dengan sosok yang kuat dan pemberani. Sifat-sifat itu adalah sifat maskulin yang biasanya ada dalam diri laki-laki.
- Peneliti : Kalau bicara realita, apakah kesan maskulin yang ada dalam iklan ini sesuai dengan realita saat ini ?
- AM : Ya, beberapa masih relevan dengan realita saat ini. Masih ada anak yang berbakti dan menyayangi ibunya, sehingga rela melakukan apapun demi ibunya.