

**PEMAKNAAN *FOLLOWERS* LAKI-LAKI TERHADAP NILAI BEAUTY  
STANDARD LAKI – LAKI DALAM VIDEO IKLAN MS GLOW FOR MEN  
#SEMUAJUGABISA DI INSTAGRAM @msglowformen**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**CORY MARGARETHA SIANTURI**

**170906445**

**PROGRAM STUDI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PEMAKNAAN FOLLOWERS LAKI-LAKI TERHADAP NILAI BEAUTY  
STANDARD LAKI-LAKI DALAM VIDEO IKLAN MS GLOW FOR MEN  
#SEMUAJUGABISA DI INSTAGRAM @MSGLOWFORMEN**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

**CORY MARGARETHA SIANTURI**

**170906445**

disetujui oleh :



**R.A. Vita N.P. Astuti, S.Pd, M.Hum, Ph.D**

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

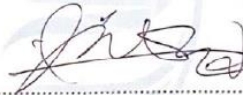
Judul Skripsi : Pemaknaan *Followers* Laki-Laki terhadap Nilai *Beauty Standard* Laki-Laki dalam Video Iklan MS Glow for Men #semuajugabisa di Instagram @msglowformen

Penyusun : Cory Margaretha Sianturi  
NPM : 170906445

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada Hari / Tanggal : Kamis, 06 Oktober 2022  
Pukul : 14.30 WIB  
Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

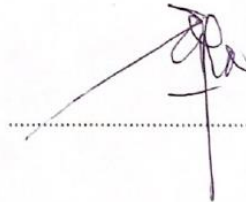
Josep Joedhi Darmawan, M.A.  
Penguji Utama



R.A. Vita N.P. Astuti, S.Pd, M.Hum, Ph.D  
Penguji I



Yohanes Widodo, M.Sc.  
Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, M.A  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cory Margaretha Sianturi

NPM : 170906445

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pemaknaan *Followers* Laki-Laki terhadap Nilai *Beauty Standard*  
Laki-Laki dalam Video Iklan MS Glow for Men #semuajugabisa di  
Instagram @msglowformen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 09 September 2022

Saya yang menyatakan,



Cory Margaretha Sianturi

## ABSTRAK

*MS Glow for Men merupakan salah satu brand yang berusaha untuk mematahkan beauty standard khususnya laki-laki yang ada di kalangan masyarakat. MS Glow for Men memilih Babe Cabita dan Marshel Widiyanto sebagai model iklan produk mereka guna mendobrak stigma beauty standard yang ada di masyarakat. Pemilihan tersebut juga dikarenakan MS Glow for Men ingin menunjukkan bahwa setiap orang juga bisa menjadi model iklan tanpa harus mengikuti stigma masyarakat mengenai beauty standard atau setiap orang juga bisa tampil apa adanya, tanpa melihat fisik dan wajah. Namun, tidak semua orang menerima pesan yang disampaikan dalam video iklan MS Glow for Men tersebut, beberapa dari mereka memberikan hujatan. Fokus dalam penelitian ini adalah proses decoding khalayak. Oleh karena itu, peneliti ingin mencari tahu makna yang diterima khalayak khususnya followers laki-laki dari pesan iklan yang disampaikan oleh MS Glow for Men melalui akun Instagram @msglowformen dan ingin melihat posisi pemaknaan yang diberikan oleh khalayak mengenai iklan dari MS Glow for Men. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori resepsi Stuart Hall. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan melakukan wawancara bersama pihak MS Glow for Men dan lima followers laki-laki Instagram @MSGLOWFORMEN yang pernah menonton video iklan tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah makna dominan yang diberikan decoder dan juga posisi pemaknaan informan, yaitu dominant/hegemonic reading, negotiated reading dan oppositional reading. Peneliti menemukan faktor dari lingkungan sosial sangat mempengaruhi mereka dalam memaknai nilai beauty standard dalam video iklan MS Glow for Men #semuajugabisa.*

Kata Kunci : Beauty Standard, Iklan, Analisis Resepsi, Instagram, Followers, MS Glow for Men

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan karunia yang telah Ia berikan, saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya yang berjudul “Pemaknaan *Followers* Laki-Laki terhadap Nilai *Beauty Standard* Laki-Laki dalam Video Iklan MS Glow for Men #semuajugabisa di Instagram @msglowformen”. Tugas akhir ini merupakan syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama mengerjakan tugas akhir ini, saya memiliki banyak sekali hambatan yang membuat saya kesulitan untuk menyelesaikan skripsi ini, baik dari luar maupun dari diri saya sendiri. Namun, selama mengerjakan skripsi ini ada banyak pihak yang membantu saya untuk melalui semua itu sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini hingga selesai. Dengan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mami dan Papi. Terima kasih sudah selalu memberi semangat, selalu mendoakan Yeni agar Yeni bisa selesain skripsi yeni. Selamat Mi, Pi! Akhirnya cita-cita kalian untuk menguliahkan Yeni tercapai! Maafin Yeni ya kalau lulusnya terlalu lama hehe
2. Miss Vita selaku dosen pembimbing saya, terima kasih ya Miss Vita atas bimbingannya selama ini! Saya senang dapat dibimbing dengan Miss Vita karena selama bimbingan Miss Vita dapat dengan sangat baik dan sabar menjelaskan, mengarahkan saya agar dapat mengerjakan skripsi dengan baik dan benar.
3. Kak Sano, Kak Kristo, dan Bang Jere yang membantu saya di awal pembuatan skripsi, mengajarkan saya bagaimana cara menyusun kalimat

dengan benar karena saya sulit dalam merangkai kata-kata! Sekali lagi terima kasih ya!

4. Anak-anak sekumpulan hewan, Arya, Kevin, Gaby Mbok, Tepani, Noldy, dan Syeva yang sudah mau membantu dalam mengerjakan skripsi, memberikan cacian makian yang menjadi motivasi untuk saya. Baru kali ini saya mendapatkan teman yang bukannya saling membangun tapi malah saling menjatuhkan. Tapi gapapa, aku (sedikit) sayang kalian.
5. Anak Yuhu, Debo, Reyna, Cibak, Geby, dan Avila, yang juga menjadi kawan since 2018 tengah ya bund, melalui begitu banyak drama, saling menguatkan, tempat cerita, tempat ghibah, sampe akhirnya di akhir perkuliahan ini, terima kasih sudah selalu ada. Makasih udah jadi alarm biar gak kesiangan buat kuliah. Duh, sebenarnya masih banyak, cuman yaudahlah ya.
6. Lingin, terima kasih ya buat lo yang udah menemani hingga akhir perkuliahan ini! Semoga kita bisa menghilangkan sifat menunda-nunda kita ya! Simpan cerita yang saling kita ceritain ya! Awas sampe bocor! Gw gaplok lo ntar.
7. Untuk adik-adikku, Gerard, Domen, Chevin, Vian, Igo, Valen yang tak henti-hentinya bertanya kapan lulus! Terima kasih ya sudah mau menjadi teman kakak tingkat akhir ini! Terima kasih sudah menghibur dengan kerandoman, kelucuan dan kegilaan yang kalian lakuin. Liat aja! Bakal kutanyain terus kapan skripsi kalian selesai! Tapi semoga kalian cepet kerjain skripsinya ya! Jangan menunda-nunda! Okur? Ok!
8. Brian Arista anak Klaten yang bener-bener gajelas jadi orang, terima kasih ya Bri sudah menjadi temanku selama kuliah dan juga teman mengerjakan skripsi sekaligus partner mencoba café baru untuk mengerjakan skripsi! Ya baru berapa kali doang sih wkwk, tapi intinya, terima kasih sudah saling memotivasi Bri!

9. Terakhir, buat Nico, terima kasih buat semuanya ya. Terima kasih buat kisah sakit dan senangnya hehe. Yang lalu biarlah berlalu ygy. Jadi, intinya terima kasih ya udah sabar dan gak capek sampe mulut berbusa untuk bilangin gw buat kerjain skripsi, terima kasih udah selalu ada dan selalu mengerti sampe sekarang.

Yogyakarta, 08 September 2022



Cory Margaretha S.

Peneliti



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Resepsi Stuart Hall.....	11
2. <i>Beauty Standard</i> Laki-Laki dalam Iklan.....	16
F. Kerangka Berpikir.....	19
G. Metodologi Penelitian.....	21

1. Jenis Penelitian .....	21
2. Metode Penelitian .....	22
3. Jenis data .....	23
4. Teknik Pengumpulan Data .....	23
5. Teknik Analisis Data dan Interpretasi Data.....	27
<b>BAB II DESKRIPSI SUBYEK &amp; OBJEK PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Profil MSGLOW .....	30
B. Profil MS Glow for Men .....	31
C. Video Iklan MS Glow for Men #semuajugabisa.....	32
D. PROFIL INFORMAN.....	34
<b>BAB III TEMUAN DATA &amp; PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A. TEMUAN DATA .....	41
1. Pengirim Pesan .....	41
2. Penerima Pesan.....	47
B. PEMBAHASAN .....	69
1. Encoding.....	70
2. Decoding .....	77
3. Interpretasi Makna oleh Penerima Pesan .....	81

4. Posisi Pemaknaan Para Penerima Pesan.....	85
<b>BAB IV_KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>92</b>
A. KESIMPULAN .....	92
B. SARAN .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	<b>95</b>
LAMPIRAN.....	<b>101</b>

