

**REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM
IKLAN YOUTUBE HEAD & SHOULDERS “JOE
TASLIM X FADIL JAIDI”**

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)



SKRIPSI

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

Oleh:

VINCENTIUS ADJIE PRATAMA

160905992

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

**REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM IKLAN YOUTUBE
HEAD & SHOULDERS "JOE TASLIM X FADIL JAIDI"**

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar**

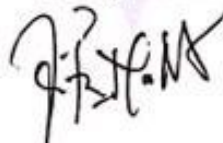
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

VINCENTIUS ADJIE PRATAMA

160905992

disetujui oleh :



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

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Representasi Pria Metroseksual dalam Iklan YouTube Head & Shoulders “Joe Taslim X Fadil Jaidi”

Penyusun : Vincentius Adjie Pratama

NPM : 160905992

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Sabtu, 25 Februari 2023

Pukul : 14.30 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

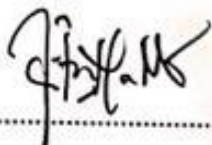
Pupung Arifin, M.Si.

Penguji Utama


.....


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

Penguji I


.....

Dina Listiorini, M.Si.

Penguji II


.....
.....

Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vincentius Adjie Pratama •

NPM : 160905992

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : REPRESENTASI PRIA METROSEKSUAL DALAM IKLAN YOUTUBE
HEAD & SHOULDERS "JOE TASLIM X FADIL JAIDI" (ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

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, 27 Maret 2023

Saya yang menyatakan,



Vincentius Adjie Pratama

VINCENTIUS ADJIE PRATAMA

160905992 / KOM

**Representasi Pria Metroseksual dalam Iklan YouTube Head & Shoulders
“Joe Taslim X Fadil Jaidi”**

(Analisis Semiotika Roland Barthes)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang representasi pria metroseksual yang ditemukan melalui tanda-tanda pada pemaknaan Konotasi dan Mitos dalam tayangan iklan YouTube Head & Shoulders “Joe Taslim X Fadil Jaidi”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dilakukan guna menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dari iklan YouTube Head & Shoulders “Joe Taslim X Fadil Jaidi” yang diamati. Hasil dari penelitian ini adalah Head & Shoulders melalui iklan YouTube “Joe Taslim X Fadil Jaidi” yang berdurasi 2.08 menit, menampilkan pandangan-pandangan maskulinitas tradisional dan modern yang masih eksis dan berlaku di kehidupan masyarakat Indonesia. Head & Shoulders menghadirkan Fadil Jaidi sebagai gambaran pria maskulin yang tidak sesuai dengan pencitraan standar maskulinitas yang biasa digunakan oleh media. Sehingga sosok Fadil Jaidi bisa mewakili pria-pria yang tidak percaya diri dengan bentuk tubuh atau kondisi fisik mereka.

Kata kunci: Pria Metroseksual, Head & Shoulders, Iklan YouTube

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang selalu menuntun peneliti sepanjang proses penyelesaian penelitian ini sebagai tugas akhir. Segala waktu, pikiran dan kesempatan telah peneliti gunakan sebaik mungkin untuk menyelesaikan penelitian dengan judul “Representasi Pria Metroseksual dalam Iklan YouTube Head & Shoulders “Joe Taslim X Fadil Jaidi (Analisis Semiotika Roland Barthes)” sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Untuk itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, telah menuntun dan memberkati peneliti, memberikan rahmat dalam perjalanan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua saya Bapak Floribertus Tri Putro Kuncoro dan Ibu Maria Yosefa Nurtiningsih yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat bagi peneliti.
3. Adik saya Vincentia Violeta Rosaline yang selalu memberikan semangat dan tawa agar saya tetap memiliki kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu R.A. Vita N.P.A., S.Pd., M.Hum., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan pengarahan dan bimbingan yang baik selama proses penelitian yang peneliti lakukan.
5. Bapak Pupung Arifin, M.Si. dan Ibu Dina Listiorini, M.Si. selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberikan masukan bagi peneliti guna menyempurnakan penelitian ini.

6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pengalaman serta ilmu-ilmu yang berguna bagi peneliti
7. Yang tersayang, Rhevita Aulia Bunga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti di saat-saat akhir dalam proses penyelesaian penelitian ini.
8. Teman-teman super saya dari Aliansi Bvrng Dara yang selalu menjadi tempat berbagi keluh kesah, berbagi haha-hihi dan selalu mendukung apapun proses yang peneliti lalui.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Denpasar, 27 Maret 2023

Peneliti,

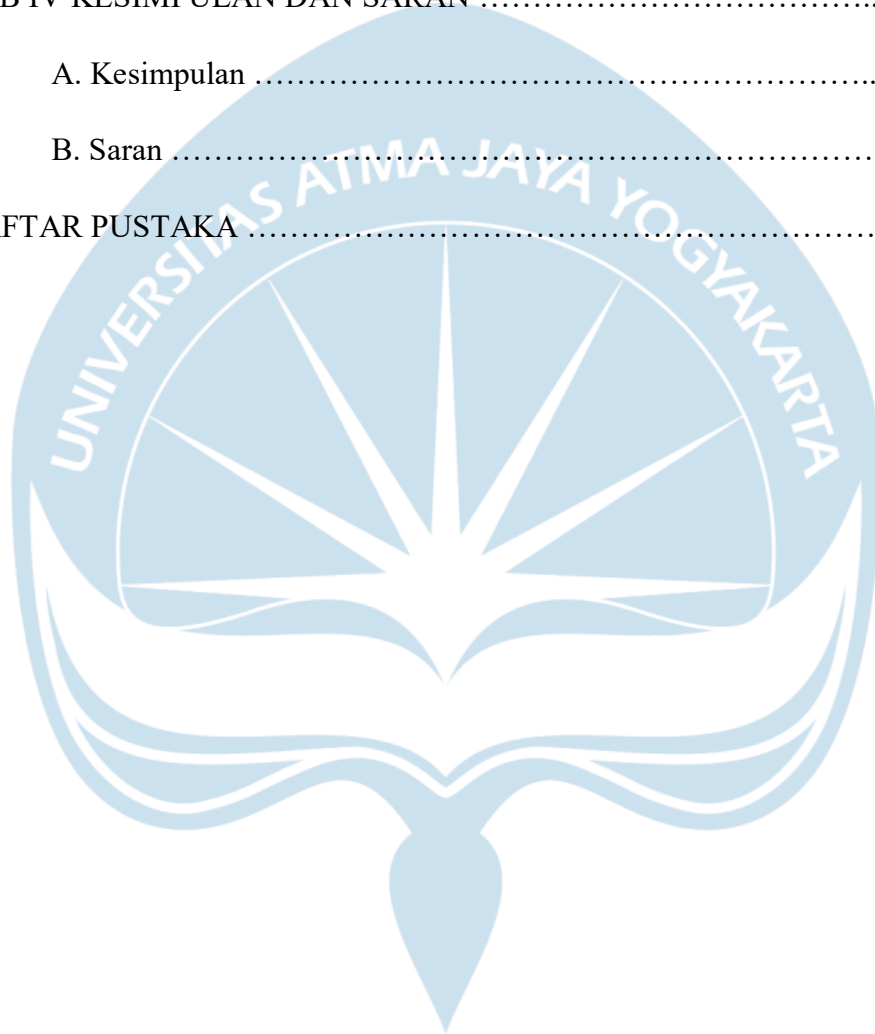
Vincentius Adjie Pratama

DAFTAR ISI

Judul Penelitian	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Akademis	12
2. Manfaat Praktis	12
E. Kerangka Teori	13
1. Teori Representasi	13
2. Semiotika	15
3. Semiotika Roland Barthes	17

F. Kerangka Konsep	19
1. Maskulinitas	19
2. Pria Metroseksual (Maskulinitas Modern)	21
3. Film	22
4. Iklan	26
5. YouTube Advertising	27
G. Metodologi Penelitian	28
1. Jenis Penelitian	28
2. Subjek dan Objek Penelitian	29
H. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	30
1. Data Primer	30
2. Data Sekunder	30
3. Teknik Pengumpulan Data	31
4. Teknik Analisis Data	31
BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN	34
A. Head & Shoulders	34
B. Iklan YouTube Head & Shoulders Indonesia	36
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA PENELITIAN	41
A. Temuan dan Analisis Data Penelitian	41
1. Temuan dan Analisis <i>Scene</i> 1	41
2. Temuan dan Analisis <i>Scene</i> 2	44
3. Temuan dan Analisis <i>Scene</i> 3	46

4. Temuan dan Analisis <i>Scene</i> 4	50
5. Temuan dan Analisis <i>Scene</i> 5	52
6. Temuan dan Analisis <i>Scene</i> 6	55
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Peta Tanda Roland Barthes	19
Tabel 1.2 Tabel Unit Analisis	31
Tabel 3.1 Tabel Analisis <i>Scene</i> 1	41
Tabel 3.2 Tabel Analisis <i>Scene</i> 2	44
Tabel 3.3 Tabel Analisis <i>Scene</i> 3	46
Tabel 3.4 Tabel Analisis <i>Scene</i> 4	50
Tabel 3.5 Tabel Analisis <i>Scene</i> 5	52
Tabel 3.6 Tabel Analisis <i>Scene</i> 6	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Negara Pengguna YouTube Terbesar	4
Gambar 2.1 Logo dan Produk Shampo Head & Shoulders	34
Gambar 2.2 Iklan <i>Bloopers</i> Joe Taslim “Head & Shoulders”	37
Gambar 2.3 Fadil Jaidi dalam iklan Head & Shoulders	39
Gambar 2.4 Joe Taslim dan Fadil Jaidi dalam iklan Head & Shoulders ..	40
Gambar 3.1 Temuan Data <i>Scene 1</i> ,	41
Gambar 3.2 Temuan Data <i>Scene 2, Shot 1</i>	44
Gambar 3.3 Temuan Data <i>Scene 2, Shot 2</i>	44
Gambar 3.4 Temuan Data <i>Scene 3, Shot 1</i>	46
Gambar 3.5 Temuan Data <i>Scene 3, Shot 2</i>	47
Gambar 3.6 Temuan Data <i>Scene 3, Shot 3</i>	47
Gambar 3.7 Temuan Data <i>Scene 4, Shot 1</i>	50
Gambar 3.8 Temuan Data <i>Scene 5, Shot 1</i>	52
Gambar 3.9 Temuan Data <i>Scene 5, Shot 2</i>	53
Gambar 3.10 Temuan Data <i>Scene 5, Shot 3</i>	53
Gambar 3.11 Temuan Data <i>Scene 6, Shot 1</i>	55
Gambar 3.12 Temuan Data <i>Scene 6, Shot 2</i>	55
Gambar 3.13 Temuan Data <i>Scene 6, Shot 3</i>	56