

**REPRESENTASI MASKULINITAS PADA IKLAN YOUTUBE
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi
JKT48)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang sebagai Persyaratan untuk
Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :
Bryan Sarwana Firmansyah
NIM: 202110040311498

Dosen Pengampu :
Sugeng Winarno, S.Sos, .M.A.

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
MALANG 2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

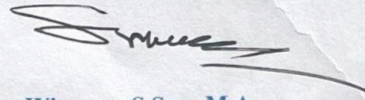
REPRESENTASI MASKULINITAS PADA IKLAN YOUTUBE
(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi JKT48)

Diajukan Oleh :

BRYAN SARWANA FIRMANSYAH
202110040311498

Telah disetujui
Rabu / 19 Maret 2025

Pembimbing I



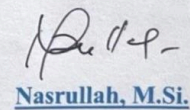
Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.

Wakil Dekan I



Najafuddin Khairur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

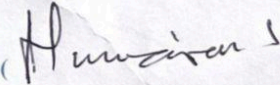
BRYAN SARWANA FIRMANSYAH
202110040311498

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 19 Maret 2025
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

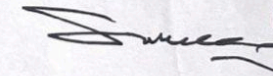
1. **M. Himawan Sutanto, M.Si**

()

2. **Arum Martikasari, M.Med.Kom**

()

3. **Sugeng Winarno, S.Sos., M.A.**

()

Mengetahui
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khafid Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN



Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Bryan Sarwana Firmansyah

NIM : 202110040311498

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang



Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul : **Representasi Maskulinitas Pada Iklan Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi JKT48)** adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 7 Maret 2025

Yang Menyatakan,



Bryan Sarwana Firmansyah



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 561 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 531 149 (Hunting)
F. +62 341 587 050

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Bryan Sarwana Firmansyah
NIM : 202110040311498
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Representasi Maskulinitas Pada Iklan Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi JKT48)

Disetujui,
Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos, .M.A.

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 310 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Bryan Sarwana Firmansyah
No. Induk Mahasiswa : 202110040311498
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Representasi Maskulinitas Pada Iklan Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi JKT48)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 7 Maret 2025

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno. S.Sos, .M.A.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sulaimi No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Bryan Sarwana Firmansyah
NIM : 202110040311498
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester delapan (8) tahun akademik 2025/2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 7 Maret 2025

a.n Dekan Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I
Jl. Bendungan 1 Malang Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 069

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PAADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

Representasi Maskulinitas Pada Iklan Youtube

(Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi JKT48)

Oleh:

Nama : Bryan Sarwana Firmansyah

NIM : 202110040311498

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 7 Maret 2025

Pembimbing I/Promotor

Sugeng Winarno. S.Sos., M.A.

NIP. 10399110354



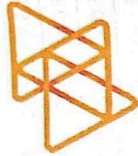
(* Coret yang tidak perlu)

Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 521 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : BRYAN SARWANA F.
NIM : 202110040311498

Hasil Plagiasi : $\frac{6}{3}$

BAB I	11			
BAB II	5			
BAB III	14			

$\frac{6}{3}$

BAB IV	10			
BAB V	0			
BAB VI	1			

Malang, 6 Maret 2025

Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Kamis, 27 Februari 2025

Pukul 13.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Bryan Sarwana Firmansyah
NIM	202110040311498
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Representasi Maskulinitas Pada Iklan Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi JKT48)
Pembimbing	Sugeng Winarno. S.Sos, .M.A.
Dosen Penguji 1	Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting
Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 17 Mahasiswa
(Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~

Malang, 6 Maret 2025

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji,

Sugeng Winarno. S.Sos, .M.A.

Arum Martikasari, M.Med.Kom.

Mengetahui,
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi.

Nasrullah, M.Si



Kampus I
Jl. Bangung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 148 (Hunting)
F. +62 341 582 020

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama Lengkap	NIM	Instansi	Program Studi
1	Nur Hasanah	202110040311526	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
2	Meilinda Tri Nur Nisa	202110040311119	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
3	Della Puspita Syahputri	202110040311222	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
4	Dimas Rizky Iqtyan Putra	202110040311529	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
5	Muhammad Kaffi Ichsan	202110040311418	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
6	Cholis Hidayati	202110040311550	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
7	Siti Sarah	201910040311165	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
8	Faishal Faqih Firdian	202110040311440	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
9	Zahrin Qodrina Aqmari	202110040311390	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
10	Azharrudin Rahman	202110040311430	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
11	Lutfi Azizah	202110040311372	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
12	Oktavia Raudhatul Jannah	202110040311358	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
13	Raja Afura Kusuma Wijaya	202110040311410	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
14	Alifa Ainnur Ditha	202110040311426	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
15	Nazwa Avi Laeliya	202110040311229	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
16	Ahmad Rizal Romadhona Syam	202110040311366	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi
17	Surya Erikho Sasmita	202110040311510	Universitas Muhammadiyah Malang	Ilmu Komunikasi



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No.248 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

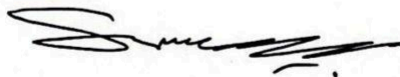
ABSTRAK

Bryan Sarwana Firmansyah. 202110040311498. Representasi Maskulinitas Pada Iklan YouTube (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi JKT48). Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. 2025.

Perkembangan media digital telah mengubah cara brand menyampaikan pesan kepada audiens, termasuk lewat platform YouTube. Salah satu iklan yang menarik perhatian adalah iklan Nivea Men Indonesia versi JKT48. Iklan 01.04 menit ini berhasil menempati posisi ketiga dalam penayangan youtube Nivea Men Indonesia yaitu 20 juta penayangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana maskulinitas direpresentasikan dalam iklan tersebut dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Analisis dilakukan dengan melihat tanda-tanda dalam 12 scene iklan yang mencakup denotasi, konotasi, dan mitos. Melalui metode kualitatif, menggunakan buku, jurnal, artikel sebagai referensi analisis dari penelitian ini. Iklan Nivea Men ini diproduksi oleh *Production House One Box Films*, dengan Seno Darma sebagai *director* iklan tersebut. Pada penelitian ini denotasi mengungkapkan makna dari aktivitas pria dalam iklan, sementara konotasi menambahkan aspek emosional dan sosial yang menegaskan bahwa kepercayaan diri pria dipengaruhi oleh dukungan sosial, bukan sekadar penampilan. Mitos yang mendefinisikan temuan maskulinitas baru. Hasil pembahasan dari penelitian merepresentasikan bahwa iklan ini memiliki warna biru, *font* tegas, serta karakter model yang ditampilkan pada iklan tersebut mempertegas uraian maskulinitas. Kesimpulan penelitian ini tentang permasalahan crack text pada iklan Nivea Men menunjukkan adanya pelemahan maskulinitas. Pria bergantung pada pengaruh wanita dalam menentukan sebuah keputusan. Pada akhirnya iklan ini menciptakan gambaran maskulinitas yang lebih berkembang dan relevan dengan konteks sosial dan budaya modern.

Kata kunci: Maskulinitas, Iklan, Nivea Men, YouTube, Semiotika Roland Barthes, JKT48

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Sugeng Winarno, S.Sos, . M.A.

Malang, 7 Maret 2025

Peneliti



Bryan Sarwana Firmansyah

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, penulis mengucapkan syukur atas kehadiran-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat Allah SWT, penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul “Representasi Maskulinitas Pada Iklan Youtube (Analisis Semiotika Roland Barthes Iklan Nivea Men Indonesia Versi JKT48)” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, atas kelancaran langkah demi langkah yang telah peneliti tempuh dalam penyelesaian skripsi.
2. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Nasrullah, M. Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Sugeng Winarno, S.Sos, . M.A. selaku Dosen Pembimbing, yang telah banyak meluangkan waktu untuk dapat membantu dan mengarahkan agar skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
6. Jajaran Bapak/Ibu Dosen prodi Ilmu Komunikasi, FISIP yang telah banyak memberikan peneliti ilmu yang tak terhingga selama di perkuliahan.
7. Ibu tersayang Dhany Hartanti selaku Orang Tua dan Ibu Peneliti, yang telah banyak memberikan dedikasi berupa dukungan materi, moril, waktu,

kasih sayang yang tak terhingga kepada anaknya hingga dapat berada pada jenjang sarjana. Sebagai anak merasa bangga memiliki Ibu seperti beliau yang mampu memperjuangkan kedua anaknya, hingga peneliti mampu memberikan sebuah hadiah Sarjana kepada beliau.

8. Bintang Regita Wardhani selaku adik, saudari yang paling saya sayangi dan cintai. Telah banyak memberikan dukungan dan semangat selama saya menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada partner bernama Hani Yulia yang memberikan dukungan selama menyelesaikan skripsi hingga saya mencapai tujuan ini. Terima Kasih karena sudah banyak membantu, menjadi partner mendengarkan keluh kesah peneliti dalam sehari-harinya.

10. Kepada teman-teman peneliti selama perkuliahan, Erik, Kaffi, Dimas, Akbar, Raja, Shinta, Asa, Lilis, Alifa, Zahrin, Della dan sahabat lainnya yang belum tercantum. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan selama perkuliahan ini.

11. Kepada teman, kerabat, sahabat yang sering menemani peneliti di Warmindo Samndut untuk sekedar bercerita dan bercanda tawa. Terima kasih telah memberikan dukungan kepada peneliti.

12. Dan kepada pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, Terima kasih sedalam-dalamnya saya ucapkan atas dukungan serta segala bantuan yang telah diberikan.

Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangsih secara positif, khususnya kepada lingkup Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Malang. Meski peneliti sadari, masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Namun, diharapkan skripsi ini bisa memberikan inspirasi bagi penelitian serupa selanjutnya maupun bagi pembaca sekalian.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA.....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
HASIL CEK PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR PUSTAKA.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II.....	9
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Representasi.....	9
2.2 Maskulinitas.....	10
2.2.1 Konsep Maskulinitas.....	12
2.2.2 Maskulinitas Dalam Iklan.....	16
2.2.3 Konsep Metroseksual (Maskulinitas Baru).....	18
2.2.4 Kesetaraan Gender di Indonesia.....	20
2.3 Iklan.....	21
2.3.1 Fungsi Iklan.....	23

2.3.2 Iklan Youtube.....	27
2.4 Nivea Men Indonesia.....	28
2.5 Selebriti Endorser.....	29
2.6 Semiotika.....	31
2.7 Basis Teori (Roland Barthes).....	32
2.8 Fokus Penelitian.....	35
2.9 Kerangka Berpikir.....	37
2.10 Penelitian Terdahulu.....	37
BAB III.....	42
METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Pendekatan Penelitian.....	43
3.3 Tipe dan Dasar Penelitian.....	44
3.3.1 Tipe Penelitian.....	44
3.3.2 Dasar Penelitian.....	44
3.4 Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
3.5 Sumber Data.....	45
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.8 Uji Keabsahan Data.....	48
BAB IV.....	50
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....	50
4.1 Konsep Maskulinitas Era Post-Modern.....	50
4.2 Grey Area Masculinity.....	51
4.3 Gambaran Umum Iklan Nivea Men Versi JKT48.....	53
BAB V.....	62
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	62
5.1 Instrumen Penelitian.....	62
5.2 Unit Analisis.....	63
5.3 Analisis Penyajian Data.....	67
5.4 Pembahasan Penelitian.....	101
BAB VI.....	107
KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN REKOMENDASI..	107
6.1 Kesimpulan.....	107
6.2 Keterbatasan Penelitian.....	109
6.3 Rekomendasi.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Youtube.....	3
Gambar 2.1 Tahapan Komunikasi Dalam Iklan.....	24
Gambar 2.2 Struktur Penandaan Versi Barthes.....	33
Gambar 2.3 Tataran Penemuan Barthes Tentang Mitos.....	35
Gambar 2.4 Susunan Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4.1 Tangkapan Layar Source : Youtube Nivea Men Indonesia.....	56
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Source : Youtube Nivea Men Indonesia.....	57
Gambar 4.3 Tim Senbatsu Flying High.....	58
Gambar 4.4 Production house : One Box Films instagram @onebox.films.....	59
Gambar 4.5 Director : Seno Darma, source : instagram @senodarma.....	60
Gambar 4.6 Rizky Veyron, source : instagram @rizkyveyro.....	60
Gambar 4.7 Michael Goldy, source : instagram @migoddd.....	61
Gambar 4.8 Stephanus Axel, source : instagram @stephaxel18.....	61
Gambar 5.1 3 pilar pemikiran Barthes.....	62
Gambar 5.2 Pembagian Model Iklan.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Koreksi Pembanding Iklan.....	55
Tabel 4.2 Susunan Tim One Box Films Iklan Nivea Men.....	59
Tabel 5.1 Kumpulan Dokumen.....	64
Tabel 5.2 Analisis Scene1.....	68
Tabel 5.3 Analisis Scene 2.....	71
Tabel 5.4 Analisis Scene 3.....	73
Tabel 5.5 Analisis Scene 4.....	76
Tabel 5.6 Analisis Scene 5.....	78
Tabel 5.7 Analisis Scene 6 dan 7.....	81
Tabel 5.8 Analisis Scene 8.....	85
Tabel 5.9 Analisis Scene 9.....	88
Tabel 5.10 Analisis Scene 10.....	91
Tabel 5.11 Analisis Scene 11.....	95
Tabel 5.12 Analisis Scene 12.....	98

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barker, C. (2009). *Cultural Studies*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Barthes, R. (2012). *Elemen-elemen semiologi*. Yogyakarta: Penerbit Basabasi.
- Beynon, J. (2002). *Masculinities and culture*. Buckingham: Open University.
- Bourdieu, P. (2010). *Dominasi maskulin*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chafetz, S. J. (2006). *Handbook of Sociology of Gender*. University of Houston : Department of Sociology.
- Connell, R. (2005). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, M. (2015). *Metrosexual masculinities*. United Kingdom : Palgrave Macmillan.
- Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Discussion Paper. University of Birmingham, Birmingham.
- Hasyim, N. (2021). *Good boys doing feminism: Maskulinitas dan masa depan laki-laki baru*. Sleman: Buku Mojok.
- Ibrahim, I. S. (2007). *Budaya populer sebagai komunikasi: dinamika popscape dan mediascape di Indonesia kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar (Revisi)*. Malang: Penerbit Selaras.
- Mulyana, A. (2022). *Gaya Hidup Metroseksual: Perspektif Komunikatif*. Jakarta: Bumi Aksara

Sobur, A. (2006). *Semiotika Komunikasi (Cet. 3)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal

- Andriana, D., & Martana, I. K. (2020). *Analisis Dekonstruksi Maskulinitas Derrida dalam Iklan BB Cream Pria Korea*.
- Anindya, A. (2018). Krisis maskulinitas dalam pembentukan identitas gender pada aktivitas komunikasi. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 2(1), 24
- Apriati, Y. (2022). *Representasi maskulinitas dalam iklan rokok dan susu L-Men. PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)*, 1(2), 60-75.
- Audina, D. J. (2022). *Kesetaraan gender dalam perspektif hak asasi manusia. Nomos: Jurnal Penelitian Ilmu Hukum*, 2(4), 148-154.
- Damasta, G. A., & Dewi, D. K. (2020). *Hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada fans JKT48 Di Surabaya. Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(4), 13-18.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif. Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/view/38075/pdf_1
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*
- Febrida, R., & Oktavianti, R. (2020). *Pengaruh Terpaan Iklan di Media Sosial Youtube terhadap Persepsi Konsumen (Studi terhadap Pelanggan Iklan Tiket.com di Youtube). Prologia*, 4(1), 179-185.
<https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6471/4988>
- Iwu, I. M., Sari, S., Shaddiq, S., & Zainul, Z. (2021). *Literasi Manajemen Komunikasi Pemasaran dalam Melaksanakan Etika dan Standar Periklanan*.
- Latifah, N., Marini, A., & Maksum, A. (2021). *Pendidikan multikultural di sekolah dasar (sebuah studi pustaka). Jurnal Pendidikan Dasar Nusantara*, 6(2), 42-51.

- Nasir, D. (2002). *Review: Masculinities and Culture. In Media International Australia (Vol. 104, Issue 1)*.
<https://doi.org/10.1177/1329878x0210400114>
- Nathaniel, A., & Sannie, A. W. (2020). *Analisis semiotika makna kesendirian pada lirik lagu "Ruang Sendiri" karya Tulus. SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra Dan Linguistik, 19(2), 107-117*
- Piliang, Yasraf A. 2004. *"Iklan, Informasi atau Simulasi?: Konteks Sosial dan Kultural Iklan"*, dalam Jurnal Komunikasi "MediaTor" Volume 5 Nomor 1, 2004.
- Pratiwi, H. A., & Wiyanti, E. (2017). *Representasi kesetaraan gender pada iklan (Tinjauan semiotika citra laki-laki dalam keluarga pada iklan televisi)*. *Jurnal Desain, 4(03), 212-230*.
- Purbohastuti, A., & Hidayah, A. A. (2020). *Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser*. *Jurnal Bisnis Terapan, 4(1), 37-46*.
- Ritonga, I., Martono, B., & Mardiana, N. (2023). *Analisis Nilai Sosial, Kemanusiaan, dan Edukasi dalam Novel Anak Rantau Karya Ahmad Fuadi*. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra, 10(2), 73-81*.
<https://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/METAFORA/article/view/18540/pdf>
- Sahidan, A. P. (2023). *ANALISIS RESEPSI KHALAYAK TERHADAP NILAI MASKULINITAS BARU DALAM IKLAN KOSMETIK KHUSUS PRIA*. *The Commercium, 6(3), 83-91*.
- Sari, E. N., Prasetyo, M. A., Koesanto, S. M., Wiradharma, G., & Rakasiwi, A. (2023). *Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Konsumen: Survei Idolgroup JKT48 pada Iklan Ekspedisi Anteraja*. *IDEA: Jurnal Studi Jepang, 5(1), 41-53*.
<https://journal.unpak.ac.id/index.php/Idea/article/view/7894/3904#>
- Saputro, D. H., & Yuwarti, H. (2016). *Representasi maskulinitas pria di media online*. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 15(1), 45-59*
- Susanto, D., & Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora, 1(1), 53-61*.

Utomo, S. R. H., & Maharani, S. A. (2022). Analisis Semiotika Tipografi Pada Logotype Produk Skincare Lokal Untuk Pria Indonesia: Menjadi Lebih Lakik (?).

Website & Artikel

Berreteaga, G. (2022, December 9). *What is Nivea Men's Email Marketing Strategy?* BluCactus. Retrieved October 14, 2024, from <https://blucactus.blue/what-is-nivea-men-email-marketing-strategy/>

Burchill, A. (2024). *Statistik pemasaran video untuk kampanye Anda di tahun 2024*. https://www-dash-app.translate.goog/blog/video-marketing-statistics?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc

Ermalia, A. A. U. (2022, October 21). *IDN Media Tampil Bersama JKT 48 di Asia Pacific Media Forum 2022*. IDN Times Bali. Retrieved September 9, 2024, from <https://bali.idntimes.com/news/bali/ayu-afria-ulita-ermalia/idn-media-tampil-bersama-jkt-48-di-asia-pacific-media-forum>

Merdeka.com. (2022, July 13). *Representasi adalah Kata, Gambar atau Keadaan yang Bersifat Mewakili, Pahami Artinya | merdeka.com*. Merdeka.com. Retrieved October 12, 2024, from <https://www.merdeka.com/sumut/representasi-adalah-kata-gambar-dan-sebagainya>

Nivea Men. (n.d.). *Tingkatkan Penampilan Maskulinmu Dengan Produk NIVEA MEN*. NIVEA. Retrieved September 5, 2024, from <https://www.nivea.co.id/produk/pria>

Pramudyatama, Y. (n.d.). *Penjelasan Lengkap Tentang Youtube Ads*. Retrieved September 27, 2024, from <https://whello.id/tips-digital-marketing/tentang-youtube-ads/?srsltid>

Pujiati. (2024, March 26). *Penelitian Eksplanasi: Karakteristik, Jenis, Contoh*. Penerbit Deepublish. Retrieved October 22, 2024, from <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-eksplanasi/>

Rianda, F. R. (n.d.). *Memahami Teori Semiotika dalam Kajian Ilmu Linguistik*. Gramedia. Retrieved November 6, 2023, from <https://www.gramedia.com/literasi/teori-semiotika/?srsltid=AfmBOoqoMpkleYOa2wL-S45JIT6l7ChNb8DxjsqI1VAS14iAB1NuWshO>

Simpson, M. (2004). *MetroDaddy speaks!* MetroDaddy speaks! Retrieved November 23, 2024, from https://www.salon.com/2004/01/05/metrosexual_ii/

Top Brand Award. (n.d.). *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap*. Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap | Top Brand Award. Retrieved October 14, 2024, from https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2023&type=brand&tbi_find=Nivea

