

**PENGGAMBARAN MASKULINITAS HEGEMONIK TERHADAP  
PEREMPUAN DALAM IKLAN**

**SKRIPSI**

Oleh:

**MELYANA SAFITRI**

**1871650054**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

**JAKARTA**

**2023**

**PENGGAMBARAN MASKULINITAS HEGEMONIK TERHADAP  
PEREMPUAN DALAM IKLAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

**MELYANA SAFITRI**

**1871650054**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA**

**2023**



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.

Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

---

**PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

Nama Mahasiswa : Melyana Safitri  
Nomor Induk Mahasiswa : 1871650054  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis tugas akhir yang berjudul "PENGAMBARAN MASKULINITAS HEGEMONIK TERHADAP PEREMPUAN DALAM IKLAN" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 06 Juli 2023



Melyana Safitri



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884

Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR  
PENGAMBARAN MASKULINITAS HEGEMONIK TERHADAP  
PEREMPUAN DALAM IKLAN**

Oleh:

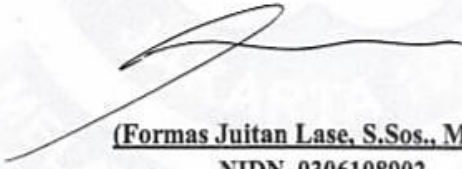
Nama Mahasiswa : Melyana Safitri  
Nomor Induk Mahasiswa : 1871650054  
Jurusan/ Peminatan : Ilmu Komunikasi

telah dipertahankan dalam Sidang Tugas Akhir dan sudah diperiksa dan setuju  
guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia,

Jakarta, 06 Juli 2023

Menyetujui:

Pembimbing

  
**(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)**

NIDN. 0306108902

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
**(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)**

Dekan

  
**( Dr. Verdinand Robertus, S.Sos., M.Soc. Sc)**





**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**




Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884  
Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada 06 Juli 2023 telah diselenggarakan Sidang Tugas Akhir untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama Mahasiswa : Melyana Safitri  
Nomor Induk Mahasiswa : 1871650054  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "PENGAMBARAN MASKULINITAS HEGEMONIK TERHADAP PEREMPUAN DALAM IKLAN" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1 Prof. Dr Chontina Siahaan, S.H., M.Si	Sebagai Ketua	
2 Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom	Sebagai Anggota	
3 Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom	Sebagai Anggota	

Jakarta, 06 Juli 2023



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884  
Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

**PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Melyana Safitri  
Nomor Induk Mahasiswa : 1871650054  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Penggambaran Maskulinitas Hegemonik Terhadap Perempuan Dalam Iklan

Telah memperbaiki skripsi sesuai dengan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Hasil Ujian Skripsi" pada tanggal 6 Juli 2023

Jakarta, 06 Juli 2023

Menyetujui:  
Ketua Sidang/ Penguji I

**(Prof. Dr Chontina Siahaan, S.H., M.Si)**

Penguji II

**(Dr. Helen Diana Vida, S.Sos., M.I.Kom)**

Penguji III

**(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

**(Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom)**





**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**

Jl. Mayjen Sutoyo No.2, Cawang - Jakarta, 13630 Indonesia.  
Telp. (021)-8092425, 8009190. Psw. 3461. Faks (021) 80886884  
Email: [fisipol@uki.ac.id](mailto:fisipol@uki.ac.id), [sekretariatfisipol@gmail.com](mailto:sekretariatfisipol@gmail.com). Homepage : <https://www.uki.ac.id/>

---

**PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Melyana Safitri  
Nomor Induk Mahasiswa : 1871650054  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi  
Judul Skripsi : Penggambaran Maskulinitas Hegemonik Terhadap Perempuan Dalam Iklan

Telah Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 06 Juli 2023  
Yang menyatakan,



Melyana Safitri

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan kasih karunia Tuhan, penulis mampu untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan penuh kesabaran dan kelancaran. Proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya tanpa adanya doa serta dukungan dari semua pihak yang telah membantu penulis hingga proses penulisan skripsi ini selesai. Pada penelitian ini, penulis menyusun mengenai peran maskulinitas perempuan dalam iklan domestik. Penulis tertarik untuk mengambil topik ini karena ingin mengetahui bagaimana media periklanan menggambarkan sisi maskulinitas hegemonik perempuan dalam iklan yang penulis pilih, yaitu iklan **Tepung Bumbu Serbaguna Sasa Edisi Perempuan Serba Bisa tahun 2019**.

Pada penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk penulis dan untuk orang lain. Dalam penulisan ini penulis banyak mendapatkan pelajaran, motivasi dari orang-orang hebat. Oleh karena itu, tanpa mengurangi rasa hormat peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen Pembimbing Kak Formas Juitan Lase, S.Sos., M.I.Kom yang dengan sabar dan meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dan di sisi lain penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak lain yang juga mendukung penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih penulis ucapkan kepada orang tua penulis Mama dan Papa yang sudah mensupport dan teman-teman Morra, Ega, Kak lastri, Shane, Flo dan teman-teman lainnya yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan banyak masukan dan mengingatkan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi. Selain itu penulis juga ingin berterima kasih kepada tempat magang penulis DAD Entertainment yang sampai detik ini penulis juga masih bekerja disana dan selalu memberikan izin agar penulis dapat melakukan



bimbingan dan menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih untuk Bang Kenny yang sudah baik hati meminjamkan laptopnya sampai penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Spesial juga untuk Ibu Evi Deliviana yang sudah memberikan semangat dan juga nasihat kepada penulis, tidak lupa juga untuk terus mengingatkan agar segera menyelesaikan skripsinya.

Jakarta, 23 Juni 2023

Melyana Safitri



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Akademis.....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
3. Manfaat Sosial.....	8
E. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Landasan Teori.....	10
1. Gender.....	
..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2. Maskulinitas Hegemonik.....	14
3. Maskulinitas Perempuan.....	16
4. Iklan.....	17
5. Perempuan dan Iklan.....	17

B. Kerangka Teoritis.....	19
C. Kerangka Berpikir.....	23
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Paradigma Penelitian.....	25
B. Pendekatan Penelitian .....	26
C. Metode Penelitian.....	27
D. Sumber Data.....	28
E. Metode Pengumpulan Data .....	28
F. Teknik Analisis Data.....	32
G. Teknik Interpretasi Data.....	33
H. Keabsahan Data.....	33
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
<b>A. Gambaran Umum .....</b>	<b>35</b>
<b>B. Hasil Analisis Data .....</b>	<b>40</b>
1. Penggambaran Perempuan Dalam Peran-Peran Publik.....	40
2. Penggunaan Kostum Olahraga, Profesional, dan <i>Racing Suit</i> .....	46
3. Independen, Mandiri, dan Tanpa Sosok Laki-Laki.....	51
<b>C. Interpretasi Data .....</b>	<b>54</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	67
1. Saran Praktis.....	65
2. Saran Praktis .....	66
3. Saran Sosial.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## ABSTRAK

Iklan-iklan di televisi maupun di media sosial seringkali menampilkan perempuan dalam peran-peran domestik seperti memasak, mengurus rumah, mengurus anak, menyiapkan makanan bagi keluarga, dan sebagainya. Namun beberapa tahun terakhir menunjukkan adanya perubahan dalam penggambaran perempuan dalam iklan, di mana tampak sekilas iklan sudah mulai mengeluarkan perempuan dari peran-peran domestik. Salah satunya ditemukan dalam iklan produk Tepung Bumbu Serbaguna Sasa edisi Perempuan Serba Bisa yang ditayangkan pada tahun 2019. Iklan tersebut menarik untuk diteliti karena terlihat ada peran-peran yang sudah mulai mendorong perempuan untuk berada di ruang publik dan menjalankan peran-peran publik, di mana peran-peran publik masih didominasi oleh laki-laki. Namun ketika perempuan berada di ruang publik, peran yang diberikan kepada perempuan adalah peran yang cenderung bersifat maskulin. Namun di samping itu, perempuan juga masih tetap menjalankan peran-peran domestik. Hal ini kemudian mengkhawatirkan karena memberikan perempuan dalam peran beban ganda. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana media iklan menggambarkan sisi maskulinitas hegemonik perempuan dalam iklan Tepung Bumbu Serbaguna Sasa edisi Perempuan Serba Bisa pada tahun 2019. Penulis menggunakan konsep maskulinitas hegemonik dan teknik analisis semiotika John Fiske untuk menemukan makna dan tanda maskulinitas hegemonik dalam iklan tersebut. Hasil—penelitian menemukan bahwa iklan Tepung Bumbu Serbaguna Sasa edisi Perempuan Serba Bisa menempatkan perempuan dalam peran-peran publik seperti seorang pembalap, atlet, pendaur ulang bahan kayu, pemimpin perusahaan, dan sebagainya. Selain itu, para perempuan dalam iklan ini juga ditampilkan secara independen, mandiri, dan tanpa sosok laki-laki. Penggambaran ini menunjukkan bahwa perempuan dalam iklan mengalami maskulinitas hegemonik. Artinya, penggambaran perempuan menunjukkan bahwa perempuan memiliki otoritas, ketangguhan fisik, namun perempuan tetap mendapatkan beban ganda seperti mengasuh anak, menyiapkan makanan untuk keluarganya, dan mengurus semua hal yang berkaitan dengan ranah domestik. Selain itu, penelitian juga menegaskan bahwa meskipun perempuan digambarkan secara maskulinitas hegemonik, independen, mandiri, dan tanpa sosok laki-laki, tetapi hanya berpusat pada perempuan yang memiliki standar kecantikan tertentu.

**Kata Kunci:** Iklan, Perempuan, Maskulinitas Hegemonik, Tepung Bumbu Serbaguna Sasa

## ABSTRACT

*Advertisements on television and social media often feature women in domestic roles such as cooking, taking care of the house, taking care of children, preparing food for the family, and so on. However, the last few years have shown a change in the depiction of women in advertisements, where it appears at first glance that advertisements have begun to exclude women from domestic roles. One of them was found in the advertisement for the Tepung Bumbu Sasa Perempuan Serba Bisa 2019 edition. This advertisement is interesting to study because it seems that there are roles that have started to encourage women to be in public spaces and carry out public roles, where public roles are still dominated by men. However, when women are in the public space, the role given to women is a role that tends to be masculine. But besides that, women also still carry out domestic roles. This is then worrying because it puts women in a double burden role. This study aims to see how the advertising media depicts the hegemonic side of female masculinity in the Sasa Versatile Seasoning Flour advertisement for the Tepung Bumbu Sasa Perempuan Serba Bisa 2019 edition. The writer uses the concept of hegemonic masculinity and semiotic analysis technique that was created by John Fiske back in 1987 which created to find the meaning and signs of hegemonic masculinity in the advertisement. The results of the study found that the Tepung Bumbu Sasa Perempuan Serba Bisa edition advertisement places women in public roles such as a racer, athlete, wood material recycler, company leader, and so on. In addition, the women in this advertisement are also presented independently, independently, and without a male figure. This depiction shows that women in advertisements experience hegemonic masculinity. That is, the depiction of women shows that women have authority, physical toughness, but women still get a double burden such as raising children, preparing food for their families, and taking care of all matters relating to the domestic sphere. In addition, the research also confirms that although women are depicted in hegemonic masculinity, independent, independent, and without a male figure, they are only centered on women who have certain standards of beauty.*

**Keywords:** *Advertising, Women, Hegemonic Masculinity, Tepung Bumbu Serbaguna Sasa*