



**MITOS MASKULINITAS DALAM IKLAN KOSMETIK:
ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN
DEAR ME BEAUTY DI INSTAGRAM @dearmebeauty**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

DINDA PUTRI NOVITA

44522010044

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**MITOS MASKULINITAS DALAM IKLAN KOSMETIK:
ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN
DEAR ME BEAUTY DI INSTAGRAM @dearmebeauty**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
(S1) Program Studi Ilmu Komunikasi

DINDA PUTRI NOVITA

44522010044

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Putri Novita

NIM : 44522010044

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Mitosis Maskulinitas Dalam Iklan Kosmetik: Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Dear Me Beauty Di Instagram @dearmebeauty" adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 5 Agustus 2026



Dinda Putri Novita

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Dinda Putri Novita

NIM : 44522010044

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Digital

Dengan judul “Mitos Maskulinitas Dalam Iklan Kosmetik: Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Dear Me Beauty Di Instagram @dearmebeauty”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 4 Agustus 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 24%

Jakarta, 5 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Dinda Putri Novita
NIM : 44522010044
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Mitos Maskulinitas Dalam Iklan Kosmetik:
Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan
Dear Me Beauty Di Instagram @dearmebeauty

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 28 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

Jakarta, 5 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Mitosis Maskulinitas dalam Iklan Kosmetik: Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Dear Me Beauty di Instagram @dearmebeauty.” Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, arahan, serta doa dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa setiap bentuk bantuan yang diberikan, baik berupa bimbingan akademik, motivasi, waktu, maupun dukungan moril, memiliki peran penting dalam membantu penulis menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi selama proses penyusunan Tugas Akhir ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan dukungan terhadap terselenggaranya kegiatan akademik selama penulis menempuh pendidikan.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana sekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh perhatian dan kesabaran selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Kampus Cabang yang telah membantu dan memberikan arahan dalam berbagai proses akademik selama masa perkuliahan.
5. Bapak Drs. Marwan Mahmudi, M.Si., selaku Ketua Sidang Seminar Proposal Tugas Akhir yang telah memberikan saran, masukan, dan evaluasi yang bermanfaat sebagai penyempurnaan penelitian ini.
6. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.I.Kom., selaku Ketua Sidang Tugas Akhir, atas masukan, wawasan, serta saran terkait teknik penulisan yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.

7. Bapak Wiyanto Hidayatullah, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Penguji Ahli, atas pertanyaan, masukan, dan saran yang membangun sehingga memberikan sudut pandang baru bagi penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membagikan ilmu, pengalaman, dan wawasan selama penulis menjalani proses perkuliahan hingga dapat menyelesaikan pendidikan pada jenjang sarjana.
9. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis dalam proses administrasi akademik dengan baik selama masa perkuliahan.
10. Kedua orang tua penulis yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta semangat kepada penulis. Terima kasih atas setiap pengorbanan, kepercayaan, dan motivasi yang menjadi kekuatan terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Teman-teman seperjuangan yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, serta berbagai pengalaman yang telah dilalui bersama hingga proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai tambahan wawasan dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya mengenai semiotika, media digital, dan maskulinitas.

Jakarta, 5 Agustus 2026
Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Putri Novita
NIM : 44522010044
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Mitos Maskulinitas Dalam Iklan Kosmetik:
Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan
Dear Me Beauty Di Instagram @dearmebeauty

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 Agustus 2026
Yang menyatakan,



Dinda Putri Novita

**MITOS MASKULINITAS DALAM IKLAN KOSMETIK: ANALISIS
SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA IKLAN DEAR ME BEAUTY DI
INSTAGRAM @dearmebeauty**

DINDA PUTRI NOVITA

ABSTRAK

Perkembangan industri kosmetik mendorong munculnya fenomena laki-laki sebagai pengguna produk perawatan diri dalam berbagai konten digital. Salah satu fenomena tersebut terlihat pada unggahan Instagram Dear Me Beauty yang menampilkan laki-laki sebagai pengguna lip balm dan concealer. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena menunjukkan adanya perubahan cara pandang terhadap praktik perawatan diri laki-laki yang selama ini identik dengan penolakan terhadap penggunaan kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mitos maskulinitas dalam konten digital Dear Me Beauty di Instagram menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Data diperoleh melalui teknik dokumentasi terhadap dua unggahan Instagram Dear Me Beauty yang dipublikasikan pada tahun 2021 dan 2023, kemudian dianalisis melalui pesan linguistik, pesan ikonik tak terkodekan, pesan ikonik terkodekan, serta mitos. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang bersumber dari buku, jurnal ilmiah, dan literatur yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mitos maskulinitas dalam konten digital Dear Me Beauty mengarah pada penerimaan laki-laki sebagai pengguna produk kosmetik tanpa menghilangkan atribut visual yang selama ini dilekatkan pada maskulinitas, seperti kumis, janggut, dan penampilan yang sederhana. Penggunaan kosmetik dimaknai sebagai bagian dari praktik perawatan diri yang tetap selaras dengan identitas maskulin. Pada tingkat mitos, konten membangun pemahaman bahwa perawatan diri merupakan bagian dari maskulinitas modern yang dapat diterima secara sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa mitos yang dibangun Dear Me Beauty menempatkan penggunaan kosmetik oleh laki-laki sebagai sesuatu yang wajar tanpa menghilangkan identitas maskulin, sekaligus dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi pemasaran untuk memperluas target pasar industri kosmetik kepada konsumen laki-laki.

Kata Kunci: Maskulinitas, Semiotika Roland Barthes, Dear Me Beauty, Instagram, Konten Digital

**THE MYTH OF MASCULINITY IN COSMETIC ADVERTISEMENTS: A
ROLAND BARTHES SEMIOTIC ANALYSIS OF DEAR ME BEAUTY'S
ADVERTISEMENTS ON INSTAGRAM @dearmebeauty**

DINDA PUTRI NOVITA

ABSTRACT

The growth of the cosmetic industry has led to the emergence of men as users of personal care products in various forms of digital content. One example of this phenomenon can be found in Dear Me Beauty's Instagram posts, which feature men using lip balm and concealer. This phenomenon is worth examining because it reflects a shift in society's perspective toward men's self-care practices, which have traditionally been associated with the rejection of cosmetic use. This study aims to analyze the myth of masculinity in Dear Me Beauty's Instagram content using Roland Barthes' semiotic approach. This research employed a qualitative approach with Roland Barthes' semiotic analysis as its method. The data were collected through documentation of two Dear Me Beauty Instagram posts published in 2021 and 2023 and were analyzed based on linguistic messages, non-coded iconic messages, coded iconic messages, and myth. Secondary data were obtained through a literature review of books, scientific journals, and other relevant references.

The findings indicate that the myth of masculinity constructed in Dear Me Beauty's digital content promotes the acceptance of men as users of cosmetic products without eliminating visual attributes commonly associated with masculinity, such as mustaches, beards, and a simple appearance. The use of cosmetics is portrayed as part of self-care practices while remaining consistent with masculine identity. At the level of myth, the content constructs the understanding that self-care is part of modern masculinity and is socially acceptable. This study concludes that the myth constructed by Dear Me Beauty positions men's use of cosmetics as a normal practice that does not diminish masculine identity, while simultaneously serving as a marketing communication strategy to expand the cosmetic industry's target market to male consumers.

Keywords: Masculinity, Roland Barthes' Semiotics, Dear Me Beauty, Instagram, Digital Content

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Akademis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kajian Teoretis	21
2.2.1 Komunikasi Digital	21
2.2.2 Teori Maskulinitas	26
2.2.3 Teori Semiotika Roland Barthes	30
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1 Paradigma Penelitian.....	45

3.2	Metode Penelitian.....	46
3.3	Unit Analisis	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1	Data Primer	51
3.4.2	Data Sekunder	51
3.5	Teknik Analisis Data.....	52
BAB IV		54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1	Profil Dear Me Beauty	54
4.1.2	Gambaran Umum Konten yang Diteliti	55
4.2	Hasil Penelitian	57
4.2.1	Pesan Linguistik.....	57
4.2.2	Pesan Ikonik Tak Terkodekan.....	60
4.2.3	Pesan Ikonik Terkodekan.....	63
4.3	Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran.....	80
5.2.1	Saran Akademis	80
5.2.2	Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		87

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Unit Analisis	48
Tabel 4. 1 Tabel Analisis Pesan Linguistik.....	58
Tabel 4. 2 Tabel Analisis Pesan Ikonik Terkodekan.....	65
Tabel 4. 3 Tabel Pergeseran Makna Maskulinitas dalam Konten Digital Dear Me Beauty	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Skincare oleh Pria Indonesia.....	7
Gambar 1. 2 Konten Instagram Dear Me Beauty.....	8
Gambar 2. 1 Bagan Teori Semiotika Roland Barthes	34
Gambar 3. 1 Konten Dear Me Beauty dengan Model Laki-laki.....	50
Gambar 3. 2 Dua Tatahan Pertandaan Roland Barthes.....	52
Gambar 4. 1 Logo Dear Me Beauty	54
Gambar 4. 2 Konten Digital Dear Me Beauty.....	55
Gambar 4. 3 Konten DMB Hypergloss Lip Balm	61
Gambar 4. 4 Konten DMB Serum Concealer	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Dokumentasi Objek Penelitian	87
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir	89
Lampiran 3 Hasil Pemeriksaan Similarity	91
Lampiran 4 Curriculum Vitae	92

