



**RESEPSI KHALAYAK TERHADAP MASKULINITAS *SONG*
JOONG KI SEBAGAI *BRAND AMBASSADOR* PRODUK
KECANTIKAN AKUN INSTAGRAM *@scarlett_whitening***



SKRIPSI

U N I F E T Y N U R A I S Y A H S
MERCU BUANA
44219110003

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fety Nur Aisyah

NIM : 44219110003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak Terhadap Maskulinitas *Song Joong Ki* Sebagai *Brand Ambassador* Produk Kecantikan Akun Instagram @scarlett_whitening

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 7 September 2023



02859AKX589928149
Fety Nur Aisyah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Fety Nur Aisyah
NIM : 44219110003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak Terhadap Maskulinitas Song Joong Ki Sebagai Brand Ambassador Produk Kecantikan Akun Instagram @scarlett_whitening

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:


Pembimbing 1 : Mardhiyyah, S.I.Kom, M.I.Kom ()
NIDN : 0314038802
Ketua Penguji : Dr. Farid Hamid, M.Si ()
NIDN : 0301117301
Penguji Ahli : Novi Erlita, S.Sos. MA ()
NIDN : 0309118502

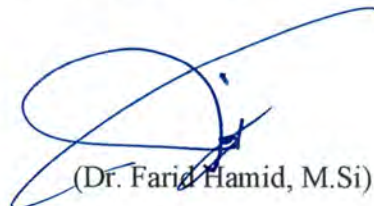
Jakarta, 7 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi *Allah Subhanahu wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Resepsi Khalayak Terhadap Maskulinitas *Song Joong Ki* Sebagai *Brand Ambassador* Produk Kecantikan Akun Instagram *@scarlett_whitening*”**. Skripsi ini merupakan syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Bidang Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dalam bidang komunikasi dan *Public Relations* bagi mahasiswa/i fakultas Ilmu Komunikasi terutama pengetahuan tentang analisis resepsi, dalam hal ini adalah resepsi khalayak pada maskulinitas pria yang menjadi *brand ambassador* dari produk kecantikan yang diidentikan dengan perempuan.

Peneliti menyadari bahwa sebagai manusia biasa dalam penelitian tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karenanya dalam kesempatan ini peneliti haturkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Ibu Mardhiyyah, S.I.kom, M.I.kom selaku pembimbing yang dengan sabar di tengah kesibukannya selalu membimbing, mengoreksi, dan memberikan nasehat selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.

3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Anindhita, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Suryaning Hayati SE, MM, M.Ikom selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti.
6. Ibu Dr. Nurhayani Saragih Dra, M.Si selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Penelitian Kualitatif yang telah memberikan masukan, bimbingan, saran, dan juga pengetahuan kepada peneliti.
7. Para informan yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk diwawancarai sehingga data skripsi ini dapat diperoleh dan dianalisis oleh peneliti.
8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Giyatno dan Ibu Nuryani yang selalu memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang yang berlimpah hingga saat ini.
9. Keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta motivasi kepada peneliti.
10. Dosen-dosen di Universitas Mercu Buana yang telah mengajar dan mendidik kami dengan ilmu pengetahuan komunikasi yang berguna dalam penyusunan skripsi ini.

11. Sahabat tercinta, Sri Rahayu dan Novi Wahyuningsih yang selalu ada untuk membantu dan memberikan dukungan serta motivasi kepada peneliti untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Rekan seperjuangan tersayang di *Public Relations* 2019 Reguler 2, terutama Dian Nurhakiki, Putri Amaliah, Rizky Maulana, Eva Dwi Melinia dan Tia Ivanka yang tergabung dalam grup “CALON ORANG SUKSES” semoga kesuksesan selalu menyertai kita bersama.
13. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Demikian kata pengantar ini peneliti sampaikan, tidak lupa harapan peneliti semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah pengetahuan bagi peneliti sendiri. Akhir kata, peneliti ucapkan terimakasih atas semua bimbingan dan dorongan dari semua pihak. *Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2023



Fety Nur Aisyah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Fety Nur Aisyah
NIM : 44219110003
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Resepsi Khalayak Terhadap Maskulinitas *Song Joong Ki* Sebagai *Brand Ambassador* Akun Instagram *@scarlett_whitening*

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 7 September 2023
Yang menyatakan,



(Fety Nur Aisyah)

ABSTRAK

Nama : Fety Nur Aisyah

NIM : 44219110003

Program Studi : Public Relations

Judul : Resepsi Khalayak Terhadap Maskulinitas *Song Joong Ki* Sebagai *Brand ambassador* Produk Kecantikan Akun Instagram @scarlett_whitening

Pembimbing : Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tayangan video yang diunggah oleh @scarlett_whitening di Instagramnya, sosok *Song Joong Ki* sangat berbeda dari penggambaran konsep maskulinitas di masyarakat kita yang mendapat berbagai komentar dari *followers*nya.

Oleh karenanya tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis resepsi *followers* akun @scarlett_whitening pada maskulinitas *Song Joong Ki* sebagai *brand ambassador*. Penelitian ini menggunakan teori resepsi dari Stuart Hall dengan pendekatan kualitatif dan paradigma kritis. Pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam kepada sepuluh informan yang merupakan *followers* akun Instagram *Scarlett Whitening*.

Hasil penelitian menjelaskan bahwa informan terbagi menjadi tiga posisi yaitu hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi. Pada posisi hegemoni dominan, karakter informannya merupakan penggemar *Song Joong Ki* atau Korea, menyukai produk *Scarlett Whitening* dan pemahaman informan tentang maskulinitas berbeda dengan masyarakat pada umumnya.

Pada posisi negosiasi karakter informan termasuk penggemar *Song Joong Ki* atau Korea dan jenjang pendidikannya sudah lulusan S1 yang memiliki pemahaman mendalam terlihat dari penjelasan mereka terhadap perbedaan budaya masyarakat di Korea dan Indonesia dalam memandang maskulinitas. Pada posisi oposisi, karakter informannya bukan merupakan penggemar *Song Joong Ki* atau Korea dan memiliki pemahaman tentang maskulinitas yang sama dengan masyarakat pada umumnya.

Kata kunci: Maskulinitas, Resepsi, *Song Joong Ki*, *Scarlett Whitening*

ABSTRACT

Name : Fety Nur Aisyah
Student ID Number : 44219110003
Study Program : Public Relations
Title : *The Audience Reception of Song Joong Ki's Masculinity as The Brand Ambassador of Beauty Products at Instagram Account @scarlett_whitening*
Advisor : Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom

The background of the research is the video uploaded by @scarlett_whitening on their Instagram, Song Joong Ki's figure is quite different from the concept of masculinity in our society which gets various comments from their followers.

The study's purpose is to investigate and analyze the reception of @scarlett_whitening Instagram followers to Song Joong Ki's masculinity as a brand ambassador based on the statements presented above it. It uses Stuart Hall's reception theory with a qualitative approach and a critical paradigm. In addition, the data collection uses in-depth interviews with ten informants who are followers of Scarlett Whitening's Instagram.

According to the study results, the author successfully classified the informants into three categories: dominant hegemony, negotiation, and opposition category to comprehend the interpretation of Song Joong Ki's masculinity as Scarlett Whitening's brand ambassador. For the dominant hegemony category, informants are a fan of Song Joong Ki or Korea, like Scarlett Whitening products and views on masculinity different compare to the common public.

For the negotiation category, informants are bachelor graduates, so they can be neutral and have a fair in-depth comprehension, as seen from their explanation of the cultural differences between people in Korea and Indonesia in viewing masculinity. For the opposition's category, informant isn't fan of Song Joong Ki and share the same interpretation of masculinity in our society.

Keywords: *Masculinity, Reception, Song Joong Ki, Scarlett Whitening*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi	16
2.3 Media Baru.....	18
2.3.1 Media Sosial.....	20
2.3.2 Instagram.....	21
2.4 Analisis Resepsi	23
2.5 Maskulinitas	25
2.6 Brand.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian	34

3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Subyek Penelitian.....	36
3.4 Periode Penelitian	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Data Primer	39
3.4.2 Data Sekunder	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	40
3.7 Teknik Keabsahan Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1 <i>Scarlett Whitening</i>	43
4.1.2 <i>Song Joong Ki</i>	45
4.2 Identitas Informan	46
4.3 Hasil Penelitian	50
4.3.1 Pemahaman Khalayak tentang Maskulinitas	52
4.3.2 Resepsi Khalayak tentang Produk <i>Scarlett Whitening</i>	54
4.3.3 Resepsi Khalayak tentang <i>Song Joong Ki</i>	56
4.3.4 Resepsi Khalayak tentang akun <i>@scarlett_whitening</i>	62
4.3.5 Resepsi Khalayak tentang Maskulinitas <i>Song Joong Ki</i> sebagai Brand Ambassador dari <i>Scarlett Whitening</i>	66
4.4 Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	92
5.2.1 Saran Akademis	92
5.2.2 Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Deskripsi dan Tabel Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 4.1 Identitas Informan	46
Tabel 4.2 Resepsi Khalayak tentang Produk <i>Scarlett Whitening</i>	56
Tabel 4.3 Resepsi Khalayak tentang <i>Song Joong Ki</i>	59
Tabel 4.4 Resepsi Khalayak tentang Akun <i>@scarlett_whitening</i>	65
Tabel 4.5 Resepsi Khalayak tentang Maskulinitas <i>Song Joong Ki</i> sebagai <i>Brand ambassador Scarlett Whitening</i>	70
Tabel 4.6 Hasil Posisi Interpretasi Informan.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penguasa Brand Perawatan Tubuh di Awal Bulan Januari 2021	2
Gambar 1.2 Hasil Survei	3
Gambar 1.3 Akun instagram @scarlett_whitening dan komentar <i>followers</i>	7
Gambar 2.1 Akun Instagram @scarlett_whitening.....	22
Gambar 2.2 Unggahan <i>Scarlett Whitening</i> tentang <i>Meet & Greet</i>	23
Gambar 4.1 Logo <i>Scarlett</i>	43
Gambar 4.2 <i>Scarlett Whitening</i> x <i>TWICE Brightly</i>	44
Gambar 4.3 <i>Scarlett Whitening</i> varian <i>Happy Series</i>	44
Gambar 4.4 <i>Scarlett Whitening</i> Shampo	44
Gambar 4.5 <i>Song Joong Ki</i>	45
Gambar 4.6 Akun Instagram <i>Scarlett Whitening</i>	63
Gambar 4.7 Cuplikan Video <i>Song Joong Ki</i> di Instagram <i>Scarlett Whitening</i> ...78	