



**SOFT MASCULINITY SEBAGAI REPRESENTASI
DEGENDERISASI PADA IKLAN PRODUK KECANTIKAN
SOMETHINC X NCT DREAM: ANALISIS SEMIOTIKA
ROLAND BARTHES**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Marshanda Anggita Tri Lestari

44521010011

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marshanda Anggita Tri Lestari
NIM : 44521010011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Soft Masculinity Sebagai Representasi
Degenderisasi Pada Iklan Produk
Kecantikan Somethinc X NCT Dream:
Analisis Semiotika Roland Barthes

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 09 Juni 2025



Marshanda Anggita Tri Lestari

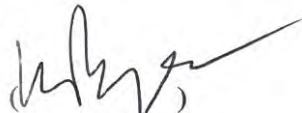
HALAMAN PENGESAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Marshanda Anggita Tri Lestari
Nim : 44521010011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi. : Soft Masculinity Sebagai Representasi
Degenderisasi Pada Iklan Produk Kecantikan
Somethinc X NCT Dream: Analisis Semiotika
Roland Barthes

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

Disahkan oleh:

Pembimbing I : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si ()
NIDN : 0318116602
Ketua Penguji : Andi Pajolli Bate, S.Ikom, M.A., MBA ()
NIDN. : 0303069401
Penguji Ahli : Anindita, S.Pd., M.I.Kom ()
NIDN : 0306018903

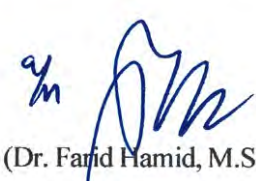
Jakarta, 04 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Marshanda Anggita Tri Lestari
NIM : 44521010011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Soft Masculinity Sebagai Representasi
Degenderisasi Pada Iklan Produk
Kecantikan Somethinc X NCT Dream:
Analisis Semiotika Roland Barthes

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, 09 Juni 2025

Yang menyatakan



Marshanda Anggita Tri Lestari

ABSTRAK

Nama : Marshanda Anggita Tri Lestari
NIM : 44521010011
Program Studi : Komunikasi Digital
Judul Laporan Skripsi : Soft Masculinity sebagai Representasi Degenderisasi pada Iklan Produk Kecantikan Somethinc x NCT Dream: Analisis Semiotika Roland Barthes
Pembimbing : Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi *soft masculinity* dalam iklan Somethinc x NCT Dream, serta untuk mengkaji makna kapitalisme budaya dan proses degenderisasi yang terkandung dalam iklan tersebut. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotika Roland Barthes, penelitian ini mengkaji tanda-tanda visual dan simbolik dalam iklan YouTube berdurasi 30 detik melalui analisis denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *soft masculinity* dikonstruksi melalui representasi laki-laki dengan karakteristik lembut, penggunaan warna cerah, dan interaksi natural dengan produk skincare yang mengkomunikasikan pergeseran nilai maskulinitas dari rigid menuju fluid dan inklusif. Temuan mengungkapkan bahwa representasi ini bukan sekadar refleksi perubahan sosial, melainkan strategi kapitalisme sophisticated dalam memperluas pasar industri kecantikan melalui penciptaan mitos konsumtif yang menaturalisasi penggunaan produk skincare oleh laki-laki sebagai kebutuhan universal. Iklan ini juga memperlihatkan bagaimana kapitalisme menciptakan standar baru terhadap citra diri pria modern yang lebih terbuka terhadap perawatan diri. Fenomena ini memperlihatkan praktik degenderisasi dalam iklan dengan mematahkan stereotip gender dan membentuk konstruksi baru atas maskulinitas di media massa untuk memperluas pasar kecantikan.

Kata Kunci: soft masculinity, degenderisasi, kapitalisme, iklan, semiotika

ABSTRACT

Name: Marshanda Anggita Tri Lestari

Student ID: 44521010011

Study Program: Digital Communication

Thesis Title: *Soft Masculinity as a Representation of Degenderization in the Beauty Product Advertisement Somethinc x NCT Dream: A Semiotic Analysis of Roland Barthes*

Advisor: Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

This research aims to examine how soft masculinity is represented in the Somethinc x NCT Dream advertisement, as well as to explore the meanings of cultural capitalism and the process of degenderization embedded within the ad. Using a qualitative approach with Roland Barthes' semiotic method, this study analyzes visual and symbolic signs in a 30-second YouTube commercial through the dimensions of denotation, connotation, and myth. The findings show that soft masculinity is constructed through the depiction of men with gentle characteristics, the use of bright colors, and natural interaction with skincare products—conveying a shift in the values of masculinity. The study reveals that this representation is not merely a reflection of social change, but a capitalist strategy to expand the beauty industry market by creating a consumptive myth that naturalizes the use of skincare products by men as a universal need. The advertisement also demonstrates how capitalism establishes new standards for the modern male self-image, one that is more open to self-care. This phenomenon highlights the practice of degenderization in advertising by breaking gender stereotypes and forming new constructions of masculinity in mass media to broaden the reach of the beauty market.

Keywords: soft masculinity, degenderization, capitalism, advertising, semiotics

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang Berjudul “Soft Masculinity Sebagai Representasi Degenderisasi Pada Iklan Produk Kecantikan Somethinc X NCT Dream: Analisis Semiotika Roland Barthes” ini dapat terselesaikan dengan baik. Dukungan moral dan materi yang diberikan oleh Ibunda tercinta serta keluarga dan teman yang membuat penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana tepat pada waktunya.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari selama pengerjaan Tugas Akhir banyak pihak yang telah membantu, perkenankan penulis untuk menyampaikan Terima Kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berjasa memberikan motivasi dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir ini, yang ditujukan kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan juga selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan saran dalam membimbing penulis dalam mengerjakan skripsi.
2. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A., MBA selaku Sekretaris Bidang Studi Digital Communication Universitas Mercu Buana.
5. Kepada seluruh member *boyband* NCT Dream yang kehadirannya telah menjadikannya sebagai objek penelitian yang dilakukan penulis dalam penelitian ini.

6. Almarhum Ayahanda tercinta Imawan Hanggito, yang dengan semangatnya memperkenalkan pendidikan kepada anaknya walaupun dirinya tidak sarjana. Yang tidak melihat anaknya mencapai gelar sarjana dengan kedua mata kepalanya sendiri, tetapi semangat, keringat, darah dan juga cita – cita yang dikeluarkan semasa hidupnya dapat mengalir pada diri penulis. Terima kasih telah menjadi sosok Ayah yang tidak gagal dan terima kasih sudah memberikan sosok “*Fatherhood*” yang tidak semua orang bisa rasakan tetapi penulis bisa merasakan. Terima kasih sudah memberikan semangat kepada penulis dan arti tanggung jawab itu sendiri. Semoga Allah memberikan tempat mulia dalam liang kubur dan akhirat untuk ayahanda tercinta.
7. Kepada Ibunda tercinta surga saya Siti Aisyah, yang dengan do’a dan air matanya telah mengantarkan penulis sampai ke titik ini. Terima kasih telah menjadi sosok wanita hebat yang dapat berdiri di kaki sendiri dan meneruskan hidupnya dengan anaknya dalam sosok status baru setelah ditinggal kematian. Terima kasih karena berkat Ibunda, penulis dapat melanjutkan status pendidikan sampai ke bangku perkuliahan. Semoga segala pengorbananmu dapat berbuah manis di dunia dan akhirat.
8. Kepada Mas Aditya Anggit dan Mba Cindy Anggita selaku saudara kandung yang telah memberikan dukungan materi dan moral kepada penulis. Terima kasih telah menjadi saudara yang rela berkorban kepada penulis dalam hal materi untuk kuliah ketika ayahanda telah berpulang. Terima kasih telah menjadi saudara yang selalu ada untuk membantu. Semoga keberkahan selalu menyertai atas segala hal yang dikeluarkan untuk keluarga.
9. Kepada teman – teman kuliah grup “Sama Kelasnya” yang berisi Arfianti Rahmadhani, Khansa Aurelia, Dhayana Pramudhita, Febita Tri Kartika, Nia Choirunisa, Kayla Rosantya, Eltara Irene, Nanda Calista dan juga rekan kuliah Digital Communication 2021. Terima kasih telah menemani penulis dan mengukir memori indah, suka, dan juga duka dalam proses kuliah sampai ke tahap skripsi.

10. Delfira dan Giska yang telah menemani penulis dari masa pelajar hingga ke perkuliahan, yang tidak pernah terputus hubungannya dan juga menjadi tempat cerita.
11. Terakhir, kepada diri saya sendiri Marshanda Anggita Tri Lestari. Terima kasih sudah bertahan dan tidak berputus asa atas segala rasa sedih, takut, cemas akan penyembuhan penyakit Tumor yang dideritanya saat dalam masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi sosok “Bungsu” yang akhirnya dapat menyelesaikan satu langkah dan mengikuti jejak saudaranya. Semoga dalam proses perjalanan ini, Allah SWT memberkahi langkahmu kedepannya dan terakhir, mari berbahagia.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, penulis berharap penelitian ini dapat membawa manfaat bagi semua orang yang telah membacanya dan peneliti juga mengharapkan adanya dukungan lain dalam bentuk saran, masukan ataupun kritik dari berbagai pihak agar Tugas Akhir ini bisa menjadi lebih baik lagi.



Jakarta, 07/05/2025

Marshanda Anggita Tri Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Akademis.....	13
1.4.2 Manfaat Sosial.....	13
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Representasi	22
2.2.2 Maskulinitas dan <i>Soft Masculinity</i>	23
2.2.3 Degenderisasi	25
2.2.4 Teori Kritis.....	26
2.2.5 Perilaku Konsumtif	27
2.2.6 Pesan Tanda dan Makna.....	29
2.2.7 Media Iklan	30
2.2.8 Korean Wave.....	30
2.2.9 Semiotika Roland Barthes	31

BAB III.....	34
METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Unit Analisis	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	37
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV	40
HASIL PENELITIAN	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.1 Video Iklan Somethinc x NCT Dream	40
4.1.2 Idol Group NCT Dream.....	41
4.1.3 Somethinc X NCT Dream	44
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Analisis scene.....	46
4.3 Pembahasan.....	55
BAB V	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1.....	3
Gambar 1. 2.....	9
Gambar 1. 3.....	10
Gambar 1. 4.....	11
Gambar 1. 5.....	12
Gambar 2. 1.....	33
Gambar 3. 1.....	38
Gambar 4. 1.....	40
Gambar 4. 2.....	41
Gambar 4. 3.....	44
Gambar 4. 4.....	62
Gambar 4. 5.....	62
Gambar 4. 6.....	64
Gambar 4. 7.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Scene Idol NCT Dream pada iklan Youtube	36
Tabel 4. 1 Analisis Scene	47

