

**PENERIMAAN CATCALLING DALAM IKLAN “SHIMMER IN THE
DARK: JIMMY CHOO CR18 FEATURING CARA DELEVINGNE” DI
YOUTUBE**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Reyan Shofya Diharja

NIM.1423016063

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2020**

SKRIPSI

PENERIMAAN CATCALLING DALAM IKLAN

(Analisis Resepsi Penonton Mengenai Catcalling dalam Iklan

**“Shimmer in the Dark: Jimmy Choo CR18 Featuring Cara
Delevingne” di Youtube)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Reyan Shofya Diharja

NIM. 1423016063

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2020

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reyan Shofya Diharja

NIM : 1423016063

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

Penerimaan Catcalling dalam Iklan “Shimmer in the Dark: Jimmy Choo CR18 Featuring Cara Delevingne” di Youtube.

Adalah benar - benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 11 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,



Reyan Shofya Diharja

NIM. 1423016063

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENERIMAAN CATCALLING DALAM IKLAN

(Analisis Resepsi Penonton Mengenai Catcalling dalam Iklan
“Shimmer in the Dark: Jimmy Choo CR18 Featuring Cara
Delevingne” di Youtube)

Oleh:

Reyan Shofya Diharja

NIM.1423016063

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I :Theresia Intan Putri H.,S.Sos.,M.I.Kom. ()

NIDN. 0725058704

Pembimbing II :Akhsaniyah, S.Sos.,M.Med.Kom. ()

NIDN. 0702807602

Surabaya , 11 Mei 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

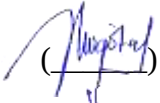
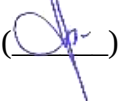
Pada 27 Mei 2020:

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi
Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos, M.Si.
NIDN. 0630077303

Dewan Penguji:

- | | | |
|---------------|---|---|
| 1. Ketua | : Brigitta Revia S.F, S.I.Kom., M.Med.Kom. | () |
| | NIDN. 0715108903 | |
| 2. Sekretaris | : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom. | () |
| | NIDN. 0725058704 | |
| 3. Anggota | : Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. | () |
| | NIDN. 0726126602 | |
| 4. Anggota | : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. | () |
| | NIDN. 0702807602 | |

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Reyan Shofya Diharja
NIM : 1423016063
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Tahun Lulus : 2020

Dengan ini **SETUJU / TIDAK SETUJU** Skripsi / Karya Ilmiah saya, dengan judul:

PENERIMAAN CATCALLING DALAM IKLAN (Analisis Resepsi Penonton Mengenai Catcalling dalam Iklan “Shimmer in the Dark: Jimmy Choo CR18 Featuring Cara Delevingne” di Youtube)

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang – undang Hak Cipta yang berlaku. Demikian surat pernyataan **SETUJU / TIDAK SETUJU** publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 11 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,



Reyan Shofya Diharja
NIM. 1423016063

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan kasih sayang-Nya, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Selain itu doa, dukungan, serta kasih sayang dari Papa, Mama, dan Kakak, serta keluarga besar yang diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Tak lupa dukungan dan bantuan dari teman-teman dekat dan seperjuangan yang telah memberikan semangat serta nasihat bagi peneliti.

Bukan hidup namanya jika tanpa ada kesulitan dan tantangan, namun dari situlah akan membawa saya ke masa depan yang lebih indah. Terwujudnya skripsi ini merupakan rangkaian dari perjuangan menempuh studi selama 4 tahun. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada kedua orang tua peneliti yang selalu berdoa untuk kelancaran skripsi ini, dukungan, serta cinta dan kasih sayang yang terbaik untuk peneliti.

Dia hanya tahu, bahwa kamu mampu hadapi – RSD

Surabaya, 11 Mei 2020

Reyan Shofya Diharja

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih, karunia, dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENERIMAAN MENGENAI CATCALLING (Analisis Resepsi Penonton Mengenai Catcalling Dalam Iklan “Shimmer in the Dark: Jimmy Choo CR18 Featuring Cara Delevingne” di Youtube). Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan, skripsi ini berisikan sebuah penelitian terhadap iklan yang menceritakan tentang promosi produk terbaru dari Jimmy Choo. Iklan yang dihasilkan oleh Jimmy Choo melalui media baru tersebut bukanlah sekedar iklan, namun mencerminkan realitas yaitu sebuah pelecehan seksual secara verbal terhadap perempuan yang biasa disebut *catcalling* dalam iklan Jimmy Choo di Youtube. Oleh karenanya, media baru mampu menciptakan realitas.

Terselesainya skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya jika peneliti mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua orang tua, Papa Rejo Diharjo dan Mama Yanti Kiapmigari. Kakak tersayang, Tedyan Wachid serta Alm. Kakek tercinta, Soekarjadi yang telah mendukung peneliti baik secara materi dan motivasi yang penuh untuk peneliti, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

2. Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. dan Akhsaniyah., S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran guna terselaikannya skripsi ini. Terima kasih atas kepercayaan yang telah menjadikan aku layaknya aku. Membuat peneliti merasa menulis skripsi itu ternyata menyenangkan.
3. Yuli Nugraheni., S.Sos., M.Si selaku Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala (Fikom WM).
4. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala, atas segala dukungan dan masukan selama peneliti menempuh studi. Bangga bisa bertukar pikiran dengan semua dosen.
5. Fikomers 2016, Celline Stefanny, Excellent Juliske, Fefe Salim dan Laurentia Nirreta atas segala suka cita yang kita lewati bersama. Suatu kebanggaan bisa berada ditengah-tengah kalian, kawan.
6. Keluarga Cemara, Sherryn Clarista, Tania Taviana, dan Benedictus Felix yang sudah saling support di tengah kesibukan kita.
7. 4D, Clarissa Rosanty, Elisabet Hana dan Noviandra Putri yang sudah saling support di tengah kesibukan kita.
8. Laki-lakiku, M. Kevin Prianjaya dan Trisakti Rizky A yang selalu siap sedia membantu dan memberikan saran dalam penelitian peneliti.
9. Keenam informanku, Shaloom, Kevin, Mbak Dhea, Mas Pandhoe, Ko Gilang dan Miss Gramel yang sedia memberikan waktunya untuk menjadi informan peneliti.

10. Berbagai pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu yang amat membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan berkat pada kalian semua. Peneliti menyadari tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan dapat menjadi referensi bagi pembaca teristimewa adik-adik angkatan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandalan Surabaya.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Dalam	i
Surat Pernyataan Originalitas.....	ii
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan Dosen Penguji	iv
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Rumusan Masalah	13
I.3 Tujuan Penelitian	14
I.4 Batasan Masalah	14
I.5 Manfaat Penelitian	14
I.5.1 Manfaat Teoritis	14
I.5.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS	15
II.1 Kerangka Teori	15
II.1.1 Bentuk Komunikasi.....	15
II.1.2 <i>New Media</i>	16
II.1.3 Iklan.....	17
II.1.4 <i>Catcalling</i>	20
II.1.5 <i>Reception Analysis</i>	24
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	28
II.3 Bagan Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	30

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
III.2 Metode Penelitian	31
III.3 Subjek dan Objek Penelitian	32
III.4 Unit Analisis	33
III.5 Teknik Pengumpulan Data	34
III.6 Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	39
IV.1.1 Profil Informan	42
IV.1.1.1 Informan 1: Shaloom	42
IV.1.1.2 Informan 2: Kevin	44
IV.1.1.3 Informan 3: Dhea	45
IV.1.1.4 Informan 4: Pandhoe	47
IV.1.1.5 Informan 5: Gilang	48
IV.1.1.6 Informan 6: Gramelia	50
IV.1.2 Setting Penelitian.....	51
IV.2 Hasil Temuan Data dan Pembahasan	53
IV.2.1 Pengetahuan Istilah <i>Catcalling</i>	54
IV.2.2 Penerimaan <i>Catcalling</i> Secara Nonverbal.....	58
IV.2.2.1 Lirikan Mata	59
IV.2.2.2 Pandangan: Dengki atau Membandingkan?	69
IV.2.2.3 Pandangan.....	75
IV.2.2.4 Pakaian: Objektifikasi Seksualitas Perempuan.....	81
IV.2.2.5 Malam: Terjadilah <i>Catcalling</i>	86
IV.2.3 Penerimaan <i>Catcalling</i> Secara Verbal.....	93
IV.2.3.1 Siulan	93
IV.2.3.2 Pujian: “ <i>nice shoes lady</i> ”	101
IV.2.3.3 Pujian: “ <i>you are beautiful man</i> ”	110
IV.2.3.4 Pujian: “ <i>hey, great shoes</i> ”	114
IV.2.4 <i>Catcalling</i> dalam Iklan Jimmy Choo	122
BAB V PENUTUP	129
V.1 Kesimpulan.....	129

V.2 Saran	130
V.2.1 Saran Akademis	130
V.2.2 Saran Praktis	130
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN.....	135

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Pengelompokkan Subjek Penelitian.....	33
Tabel IV.2.1 Posisi Penerimaan Informan mengenai Tindakan <i>Catcalling</i> Secara Nonverbal.....	89
Tabel IV.2.2 Posisi Penerimaan Informan mengenai Tindakan <i>Catcalling</i> Secara Verbal.....	120
Tabel IV.2.4.1 Pemetaan Posisi Penerimaan <i>Catcalling</i> Secara Nonverbal.....	125
Tabel IV.2.4.2 Pemetaan Posisi Penerimaan <i>Catcalling</i> Secara Verbal.....	126
Tabel IV.2.4.3 Pemetaan Posisi Penerimaan <i>Catcalling</i> dalam Iklan Jimmy Choo.....	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Cuplikan iklan Jimmy Choo	4
Gambar I.2 Komentar netizen terhadap iklan Jimmy Choo.....	5
Gambar I.3 Komentar netizen terhadap iklan Jimmy Choo.....	5
Gambar I.4 Komentar netizen terhadap iklan Jimmy Choo.....	6
Gambar I.5 Komentar netizen terhadap iklan Jimmy Choo.....	6
Gambar II.1 Model komunikasi menurut Stuart Hall (Storey, 2007)	27
Gambar IV.1 Cara Delevingne mendapat lirikan mata.....	39
Gambar IV.2 Cara Delevingne mendapat siulan dan pujian.....	40
Gambar IV.3 Cara Delevingne mendapat pandangan.....	41
Gambar IV.1.1.1 Informan 1: Shaloom	42
Gambar IV.1.1.2 Informan 2: Kevin.....	44
Gambar IV.1.1.3 Informan 3: Dhea	45
Gambar IV.1.1.4 Informan 4: Pandu.....	47
Gambar IV.1.1.5 Informan 5: Gilang.....	48
Gambar IV.1.1.6 Informan 6: Gramelia.....	50
Gambar IV.2.2.1 Cara Delevingne mendapat lirikan mata.....	59
Gambar IV.2.2.2 Shaloom risih jika mendapat <i>catcalling</i>	61
Gambar IV.2.2.3 Pandhoe menjelaskan <i>catcalling</i> seperti pelecehan seksual	63
Gambar IV.2.2.4 Cara Delevingne Memandang Sepatu Perempuan Lain	69
Gambar IV.2.2.5 Penampakan Sepatu Milik Perempuan Lain	70
Gambar IV.2.2.6 Cara Delevingne mendapat pandangan.....	76
Gambar IV.2.2.7 Penampakan <i>Sequin Dress</i> Cara Delevingne	82
Gambar IV.2.2.8 Penampakan <i>Sequin Ankle Boots</i> Cara Delevingne	82
Gambar IV.2.2.9 Penampakan setting tempat dan waktu iklan Jimmy Choo.....	86
Gambar IV.2.3.1 Cara Delevingne Mendapat Siulan	94
Gambar IV.2.3.2 Dhea risih ketika mendapat <i>catcalling</i>	97
Gambar IV.2.3.3 Gilang tidak masalah dengan <i>catcalling</i> selama masih wajar..	100
Gambar IV.2.3.4 Kevin marah telah mendapat <i>catcalling</i>	103
Gambar IV.2.3.5 Gramel kesal pelaku secara terus menerus melakukan <i>catcalling</i>	106
Gambar IV.2.3.6 Reaksi pertama Cara Delevingne di siul dan di puji.....	107

Gambar IV.2.3.7 Reaksi kedua Cara Delevingne di siul dan di puji	107
Gambar IV.2.3.8 Cara Delevingne memuji pedagang makanan.....	110
Gambar IV.2.2.9 Penjual memuji Cara Delevingne	115

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Latar belakang Subjek/Informan.....	135
Lampiran 2 Guideline Wawancara.....	136
Lampiran 3 Tabel Matriks.....	140
Lampiran 4 Transkrip Wawancara.....	157

ABSTRAK

Reyan Shofya Diharja NIM. 1423016063. PENERIMAAN CATCALLING DALAM IKLAN “SHIMMER IN THE DARK: JIMMY CHOO CR18 FEATURING CARA DELEVINGNE” DI YOUTUBE.

Catcalling adalah bentuk pelecehan seksual secara verbal yang dilakukan di tempat publik. Fenomena *catcalling* juga ditampilkan dalam media, salah satunya adalah iklan milik Jimmy Choo yang berjudul “Shimmer In The Dark”. Tindakan yang ditampilkan pada iklan Jimmy Choo tersebut akan menimbulkan berbagai penerimaan dari informan. Oleh karena itu, metode yang digunakan dalam melihat pendapat informan adalah dengan *Reception Analysis*. Metode tersebut akhirnya memunculkan penerimaan informan yang menganggap *catcalling* yang terdapat pada iklan merupakan tindakan yang melecehkan orang lain, selain itu ada pula informan yang berpendapat bahwa tindakan yang terdapat pada iklan merupakan tindakan yang wajar. Mengenai iklan Jimmy Choo, tidak hanya menyampaikan pesan eksplisit, namun juga pesan implisit berupa tindakan *catcalling* secara verbal dan nonverbal. Oleh karena itu, tiga informan berada dalam *oppositional position* karena mereka cenderung menolak bahwa iklan Jimmy Choo mengandung unsur *catcalling*. Sementara dua informan menempati *dominant position* karena cenderung menerima bahwa terdapat tindakan *catcalling* dalam iklan Jimmy Choo. Terakhir, satu informan menduduki *negotiated position* karena ia memang menerima namun tidak sepenuhnya menolak mengenai pesan *catcalling*. Dengan demikian dapat disimpulkan, penerimaan mengenai *catcalling* masih cenderung ditolak karena dipengaruhi oleh pengalaman dan pemahaman informan bahwa iklan Jimmy Choo tidak mengandung unsur *catcalling*.

Kata Kunci : Media Massa, Penerimaan, *Catcalling*, Iklan Jimmy Choo dan *Reception Analysis*.

ABSTRACT

Reyan Shofya Diharja NIM. 1423016063. ACCEPTANCE OF CATCALLING IN "SHIMMER IN THE DARK ADVERTISEMENT: JIMMY CHOO CR18 FEATURING HOW TO DELEIVINGNE" ON YOUTUBE.

Catcalling is a form of verbal sexual abuse that is carried out in a public place. Catcalling phenomenon is also displayed in the media, one of which is Jimmy Choo's ad titled "Shimmer In The Dark". The action displayed on the Jimmy Choo advertisement will lead to various reception from informants. Therefore, the method used in seeing informants' opinions is the Reception Analysis. The method finally gave rise to the acceptance of informants who considered catcalling contained in advertisements as an act that harassed others, in addition there were also informants who argued that the actions contained in advertisements were reasonable actions. Regarding Jimmy Choo's ad, it not only conveys explicit messages, but also implicit messages in the form of verbal and nonverbal catcalling. Therefore, three informants are in oppositional position because they tend to reject that the Jimmy Choo ad contains a catcalling element. While the two informants occupy the dominant position because they tend to accept that there are catcalling actions in the Jimmy Choo advertisement. Finally, one informant occupies a negotiated position because he does accept but does not completely reject the message calling. Thus, it can be concluded that acceptance of catcalling still tends to be rejected because it is influenced by the experience and understanding of informants that Jimmy Choo's advertisement does not contain any element of catcalling.

Keywords : Mass Media, Reception, Catcalling, Jimmy Choo Advertising and Reception Analysis.