

SKRIPSI

**PENERIMAAN KHALAYAK PEREMPUAN TERHADAP
SEKSUALITAS PEREMPUAN DALAM *SEX TOYS*
MARKETING OLEH @GTHINGSST**



Disusun Oleh :
ALFINA ROSSA
071811533048

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
2022**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Halaman pernyataan ini berisi tentang orisinalitas karya tulisan dengan menuliskan kalimat.

Bagian atau keseluruhan skripsi ini tidak diajukan untuk mendapat gelar akademis pada bidang studi dan atau universitas lain dan tidak dipublikasikan atau ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan (langsung ataupun tidak langsung) dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 28 Maret 2022



Alfina Rossa
071811533048

HALAMAN PENULISAN JUDUL MAKSUD PENULISAN SKRIPSI
PENERIMAAN KHALAYAK PEREMPUAN TERHADAP SEKSUALITAS
PEREMPUAN DALAM *SEX TOY MARKETING* OLEH @GTHINGSST

SKRIPSI

Maksud : Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi S1 Progam Studi Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Univeristas Airlangga

Disusun Oleh

Alfina Rossa

071811533048

PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
SEMESTER GENAP 2021/2022

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat kuasanya saya dapat menyelesaikan saya yang berjudul **PENERIMAAN KHALAYAK PEREMPUAN TERHADAP SEKSUALITAS PEREMPUAN DALAM SEX TOYS MARKETING** OLEH @GTHINGSST dengan tepat waktu dan menyenangkan.

Selain rasa syukur tentu saya juga ingin mengungkapkan rasa terimakasih saya kepada seluruh keluarga dan rekan yang telah mendukung saya. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya cintai dan sayangi.

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENERIMAAN KHALAYAK PEREMPUAN TERHADAP SEKSUALITAS
PEREMPUAN DALAM SEX TOYS MARKETING OLEH @GTHINGSST.**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan telah disetujui untuk diujikan

Dosen Pembimbing



Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms., Ph.D.
NIP. 197911222003122001

HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi Ilmu Komunikasi
Departemen Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 19 April 2022
Pukul : 10.00 - 12.30

Komisi Penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Yuyun Wahyu Izzati S, S.Sos, MA., Ph.D.
NIP. 197108051997022001

Anggota 1



Angga Prawadika Aji, S.IP., MA.
NIP. 199003282018083101

Anggota 2



Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comms., Ph.D.
NIP. 197911222003122001

ABSTRAK

Penelitian ini mendeskripsikan penerimaan khalayak perempuan terhadap seksualitas perempuan dalam *sex toys marketing* oleh @gthingsst. Bisnis *sex toys* secara global sedang mengalami kenaikan drastis. Gthinggts merupakan distributor mainan seks yang aktif di *instagram* dengan pengikut lebih dari 100.000 pengikut. Dengan kondisi pasar dan ketidakjelasan hukum mainan seks di Indonesia membuat @gthingsst tidak hanya sekedar menjual produk namun mencoba melakukan penetrasi pasar dengan menyelipkan konten mengenai edukasi seks. Penelitian ini menarik karena mainan seks dan pembicaraan mengenai seksualitas perempuan sendiri memiliki citra buruk, kotor dan tabu di masyarakat. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis resepsi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan memaknai seksualitas perempuan dalam @gthingsst sebagai berikut 1) Konten @gthinggsst membongkar tabu mengenai seksualitas karena dapat menjawab keingintahuan dan keresahan perempuan mengenai kehidupan seksual. 2) Melalui @gthingsst perempuan menyadari bahwa terdapat kebebasan seksualitas perempuan dari belenggu belenggu pernikahan dan heteronormativitas, perempuan setuju bahwa *sexual pleasure* sebagai hak setiap perempuan 3) Terdapat upaya @gthinggts dalam merenkonstruksi otonomi tubuh perempuan yang selama ini langgeng dalam ketidakberdayaan 4) Melalui @gthingsst perempuan menyadari adanya kemandirian secara seksual yang dikampanyekan @gthingsst melalui produk mainan seks 5) Terakhir, selain dimaknai sebagai pemberdayaan dan kebebasan perempuan melihat seksualitas dalam @gthingsst merujuk pada *commercializing pleasure*.

Kata Kunci : *Sex Toys, Sex Toys Marketing, Seksualitas Perempuan, Reception Analysis*

ABSTRACT

This study tries to discusses and describes women's acceptance about female sexuality in sex toys marketing by @gthinggts. The sex toys business in he global area is undergoing drastic development increase accompanied by women's awareness of sexual wellness and pleasure. Gthinggts is a sex toys distributor active on Instagram with more than 100,000 followers. With market conditions and unclear legal sex toys in Indonesia, @gthingsst doesn't just sell products but tries to penetrate the market by inserting content about sex education. This research is interesting because sex toys and talk about women's sexuality themselves have a bad image, dirty and taboo in society. The study used a descriptive qualitative approach with reception analysis method.

The results of the study show that women interpret women's sexuality in @gthingsst as follows: 1) The content of @gthinggsst dismantles taboos about sexuality because it can answer women's curiosity and anxiety about sexual life. 2) Through @gthingsst women realize that there is freedom in women's sexuality from the shackles of marriage and heteronormativity, women agree that sexual pleasure is the right of every woman 3) There are efforts by @gthingsst in reconstructing the autonomy of women's bodies that have been lasting in powerlessness 4) Through @gthingsst women are aware of the existence of sexual independence which is campaigned by @gthingsst through sex toy products 5) Lastly, apart from being interpreted as empowerment and freedom, women see sexuality in @gthingsst as referring to commercializing pleasure.

Keywords: Sex Toys, Sex Toys Marketing, Female Sexuality, Reception Analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan berkah dan nikmatnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **PENERIMAAN KHALAYAK PEREMPUAN TERHADAP SEKSUALITAS PEREMPUAN DALAM SEX TOYS MARKETING OLEH GTHINGGTS**. Dalam pengerjaan skripsi hingga selesai saya sangat senang dan menikmati dalam setiap prosesnya. Tentu saja, hal ini berkat semua pihak yang telah membantu dan mendukung saya. Pertama untuk Monster Kalkun, Suami Monster Kalkun serta Udang Rebus keluarga yang benar-benar saya sayangi dan cintai dan senantiasa mendukung saya secara materil dan moril selama ini.

Kemudian kepada dosen pembimbing saya Titik Puji Rahayu, S.Sos., M.Comm.,Ph.D. yang paling berjasa dalam skripsi saya. Ditengah kesibukan, beliau masih dengan sabar memberikan arahan untuk saya dan teman seperbimbingan. Saya sangat beruntung bisa dibimbinga beliau, karena masukanya yang detail. Tidak lupa untuk Bapak serta Ibu Dosen Departmen Ilmu Komunikasi yang luar biasa menginspirasi.

Tidak lupa untuk Yayasan Van Deventer Maas Indonesia dan seluruh tim,saya sangat bangga menjadi bagian dari VDMI. Semoga kelak saya bisa memberi kebermanfaatan sebagaimana visi VDMI.

Selain itu ucapan terimakasih saya ucapkan untuk Prof. dr. Jan Passchie yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan banyak ilmu termasuk dalam penulisan karya ilmiah saya.

Lalu untuk sahabat-sahabat saya Babi Mungil, Unicorn, Tikus, Kapibara, Ulat, Terong Laut dan semua yang telah menemani saya saat penulisan skripsi. Juga untuk Buse sahabat pena saya, yang selama 3 tahun terakhir kami saling memotivasi meskipun secara virtual. Terakhir untuk Gthinggsst, terimakasih karena telah memberikan saya inspirasi untuk topik penelitian.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan, sehingga peneliti sangat terbuka untuk kritik dan saran dari pembaca dan tetap berharap karya ini dapat memberikan kebermanfaatan baik secara akademis maupun praktis.

Penulis
Alfina Rossa

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PENULISAN JUDUL MAKSUD PENULISAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Rumusan Masalah	I-12
1.3 Tujuan Penelitian	I-12
1.4 Manfaat Penelitian	I-12
1.4.1 Manfaat Akademis	I-12
1.4.2 Manfaat Praktis	I-12
1.5 Tinjauan Pustaka	I-12
1.5.1. Penelitian Terdahulu	I-13
1.5.2. Konstruksi Sosial atas Seksualitas	I-14
1.5.3. Konstruksi Sosial Seksualitas Perempuan (Perspektif Gender)	I-17
1.5.4. <i>Sex Toys Marketing</i>	I-21
1.5.5. Konstruksi Sosial Alat Bantu Seksual	I-25
1.5.6. Khalayak Aktif dan Analisis Resepsi	I-28
1.6 Metodologi Penelitian	I-30
1.6.1. Metode Penelitian	I-30
1.6.2. Tipe Penelitian	I-30
1.6.3. Subjek Penelitian	I-31
1.6.4. Objek Penelitian	I-32
1.6.5. Unit Analisis	I-32
1.6.6. Teknik Pengumpulan Data	I-32

1.6.7. Teknik Analisis Data	I-33
BAB II GAMBARAN UMUM	II-355
2.1 Seksualitas Perempuan dalam Konteks Sosial dan Budaya di Indonesia	II-355
2.2 Tentang @Gthingsst	II-37
2.3 Strategi Pemasaran @Gthingsst	II-40
2.4 Ragam Konten di Akun <i>Instagram</i> Gthingsst	II-43
2.5 Data Informan	II-48
BAB III PEMBAHASAN	III-51
3.1 Keterbukaan @Gthingsst dalam Memaparkan Seksualitas Perempuan Bertolak Belakang dengan Khalayak yang Tertutup Terhadap Pembicaraan Mengenai Seks	III-53
3.1.1 Perempuan Memaknai Seksualitas Sebagai Aktivitas Seksual	III-544
3.1.2 @Gthinggts Membongkar Tabu Pembicaraan Seks	III-60
3.1.3 Perempuan Menyatakan @Gthinggts Dapat Menjawab Keresahan dan Keingintahuan Terkait dengan Seksualitas Perempuan	III-699
3.2 Kebebasan Seksualitas Perempuan dari Belenggu Hubungan Pernikahan dan Heteronormativitas dari Konten @Gthingsst	III-76
3.3 Rekonstruksi Seksualitas Perempuan sebagai Otonomi Perempuan Atas Tubuhnya	III-85
3.4 Perempuan Menyadari Kemandirian Secara Seksual Melalui Kampanye Produk Mainan Seks oleh @Gthingsst	III-92
3.5 Seksualitas Perempuan dalam Konten @Gthingsst Merujuk pada <i>Commercializing Pleasure</i>	III-104
3.6 Penerimaan Perempuan Terhadap Konstruksi Seksualitas Perempuan dalam <i>Sex Toys Marketing</i> oleh @Gthinggts	III-11011
BAB 4 PENUTUP	IV-1144
4.1 Kesimpulan	IV-1144
4.2 Saran	IV-1166
DAFTAR PUSTAKA	IV-1177
LAMPIRAN	IV-1233
Lampiran 1	IV-1233
Lampiran 2	IV-1277

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Mainan Seks.....	I-2
Gambar 1.2 Keyword Mainan Seks Shopee	I-4
Gambar 1.3 Keyword Mainan Seks Tokopedia.....	I-5
Gambar 1.4 Stories <i>Instagram</i> @gthingsst.....	I-7
Gambar 1.5 Interaksi di Twitter.....	I-9
Gambar 1.6 Iklan 1 Vibrator Abad 20-an.....	I-22
Gambar 1.7 Iklan 2 Vibrator Abad 20-an.....	I-23
Gambar 2.1 Tokopedia Gthingsst.....	II-38
Gambar 2.2 Visual Konten @gthinggts.....	II-41
Gambar 2.3 Kolaborasi @gthinggtsxLaciasmara.....	II-43
Gambar 2.4 Kolaborasi @gthinggtsxDurex	II-43
Gambar 2.5 Konten Feed <i>Instagram</i> Gthingsst 1.....	II-44
Gambar 2.6 Konten Feed <i>Instagram</i> Gthingsst 2.....	II-45
Gambar 2.7 Stories <i>Instagram</i> Gthingsst 1.....	II-46
Gambar 2.8 Stories <i>Instagram</i> Gthingsst 2.....	II-46
Gambar 2.9 Konten Sexperience.....	II-47
Gambar 2.10. Konten Sexpiracy	II-47
Gambar 3.1 Konten Analogi dalam Gthinggts.....	III-61
Gambar 3.2 Perempuan dalam Konten Gthingsst.....	III-69
Gambar 3.3 Review Penggunaan Mainan Seks.....	III-71
Gambar 3.4 Tips-Tips dalam Konten @gthinggts.....	III-74
Gambar 3.5 Konten @gthinggts Informasi Kredibel	III-84
Gambar 3.6 Berbagai Bentuk Mainan Seks @gthinggts.....	III-94
Gambar 3.7 Konten Mainan Seks dalam @gthinggts	III-96
Gambar 3.8 Pesan Implisit dalam Gthinggts.....	III-98
Gambar 3.9 Pesan Eksplisit dalam Konten @gthinggts.....	III-98
Gambar 3.10 Penis dan Mainan Seks.....	III-110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Daftar Penelitian Terdahulu.....	I-13
Tabel 3.1 Persebaran Data Informan.....	III-51