

ABSTRAK

Pergeseran cara pandang masyarakat terhadap nilai gender tradisional memengaruhi strategi komunikasi pemasaran jenama. Jenama yang tadinya menerapkan *gendered marketing* saat ini berubah menjadi *gender neutral marketing* yang ditunjukkan dengan penggunaan *endorser* laki-laki oleh jenama Somethinc. Penggunaan *endorser* laki-laki juga menunjukkan bahwa Somethinc ingin dikenal sebagai jenama yang inklusif dengan memasarkan produknya menggunakan konsep *genderless beauty* yang menentang penciptaan produk khusus bagi gender tertentu. Penelitian ini menganalisis resepsi audiens terhadap *genderless beauty* dalam penggunaan *endorser* laki-laki di Instagram @somethincofficial. Penelitian ini juga akan menganalisis interaksi dan partisipasi informan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis resepsi Stuart Hall. Peneliti melakukan wawancara secara *online* kepada enam informan yang terdiri atas tiga perempuan dan tiga laki-laki. Hasilnya, sebanyak empat informan termasuk ke dalam *negotiated position*. Keempat informan setuju bahwa penggunaan *endorser* laki-laki menunjukkan produk Somethinc bisa digunakan oleh semua kalangan dan dapat mengurangi stereotipe gender mengenai laki-laki, tetapi hal tersebut hanya berlaku bagi *endorser* yang maskulin. Sementara itu, dua informan lainnya termasuk ke dalam *dominant hegemonic position* dan menyetujui secara penuh bahwa *endorser* laki-laki menunjukkan bahwa produk Somethinc bisa digunakan oleh semua orang serta dapat mengurangi stereotipe gender mengenai laki-laki yang merawat diri. Selain itu, penggunaan beberapa *endorser* dengan karakteristik audiens berbeda dapat mengakomodasi masyarakat yang plural sehingga konten promosi dan periklanan menjangkau berbagai lini dan kelompok masyarakat. Informan juga menunjukkan interaksi dan partisipasinya dengan memberikan *likes*, berkomentar, serta membagikan postingan Somethinc ke Instagram Story dan Direct Message teman. Selain itu, informan juga merekomendasikan produk Somethinc kepada teman, keluarga, dan pengikut media sosial mereka.

Kata Kunci: *gender neutral marketing*, *genderless beauty*, audiens aktif, Somethinc, analisis resepsi

ABSTRACT

The shift in societal perspectives towards traditional gender values has impacted brand communication strategies. Brands that previously implemented gendered marketing have now changed to gender neutral marketing as indicated by the use of male endorsers by the Somethinc brand. The use of male endorsers indicates that Somethinc aims to be recognized as an inclusive brand by marketing its products using the concept of genderless beauty which opposes the creation of gender-specific products. This study analyzes audience reception of genderless beauty through the use of male endorsers on Instagram @somethincofficial. It also examines the interaction and participation of informants. The research used Stuart Hall's reception analysis method, conducting online interviews with six informants consisting of three women and three men. The results show that four informants are included in the negotiated position. These four agree that the use of male endorsers suggests Somethinc's products are suitable for everyone and can reduce gender stereotypes concerning men, although this is only true for masculine endorsers. Meanwhile, the other two informants are included in the dominant hegemonic position, fully agreeing that the use of male endorsers demonstrates that Somethinc's products are for everyone and can reduce stereotypes about men caring for themselves. Additionally, using multiple endorsers with varying characteristics can cater to a diverse audience, thus allowing promotional and advertising content to reach various segments and groups within society. Informants also show their interaction and participation by liking, commenting, and sharing Somethinc's posts on Instagram Stories and Direct Messages to friends. Moreover, informants recommend Somethinc products to friends, family, and their social media followers.

Keywords: *gender neutral marketing, genderless beauty, active audience, Somethinc, reception analysis*