

**Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Televisi
(Analisis Semiotika Maskulinitas Pria Dalam Iklan Vaseline Men
Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal)**

SKRIPSI



Di Susun Oleh :
Nama Natasya Maria Rahardjo
NRP. 1423011082

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2015**

**Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Televisi
(Analisis Semiotika Maskulinitas Pria Dalam Iklan Vaseline Men
Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal)**

SKRIPSI

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



Di Susun Oleh :
Nama Natasya Maria Rahardjo
NRP. 1423011082

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

2015

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Natasya Maria Rahardjo

NRP : 1423011082

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

**REPRESENTASI MASKULINITAS PRIA DALAM IKLAN
TELEVISI
(ANALISIS SEMIOTIKA MASKULINITAS PRIA DALAM
IKLAN VASELINE MEN FACE VERSI ARIEL NOAH GANTENG
MAKSIMAL)**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 15 Juli 2015

Penulis



Natasya Maria Rahardjo

NRP. 1423011082

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Televisi

**(Analisis Semiotika Maskulinitas Pria Dalam Iklan Vaseline Men Face
Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal)**

Oleh :

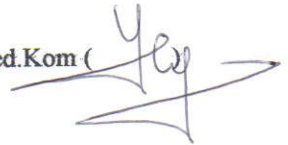
Natasya Maria Rahardjo

NRP. 1423011082

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

Pembimbing I : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos.,M.Med.Kom

: NIK.142.09.0633



Pembimbing II : Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si

: NIK. 142.10.0659



Surabaya, 15 Juli 2015

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 memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Kamis, tanggal : 9 Juli 2015

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan,



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

NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji :

1. Ketua : Noveina Silviyani Dugis, S.Sos.,MA.

NIK. 142.09.0633

A handwritten signature in blue ink, corresponding to the name Noveina Silviyani Dugis.

2. Sekretaris : Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.

NIK.142.10.0659

A handwritten signature in blue ink, corresponding to the name Drs. Nanang Krisdinanto.

3. Anggota : Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIK.142.09.0633

A handwritten signature in blue ink, corresponding to the name Finsensius Yuli Purnama.

4. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.

NIK.142.09.0647

A handwritten signature in blue ink, corresponding to the name Yuli Nugraheni.

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Natasya Maria Rahardjo

NRP : 1423011082

Menyetujui skripsi / karya ilmiah saya

Judul: Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Maskulinitas Pria Dalam Iklan Vaseline Men Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal)

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Juli 2015

Yang menyatakan



Natasya Maria Rahardjo

KATA PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada pihak-pihak yang mendukung dan memotivasi penulis untuk orang tua dan keluarga. Terima kasih untuk motivasi dalam pembuatan Skripsi ini agar terselesaikan dengan cepat.

Terutama kepada Papa terima kasih banyak atas perjuangan yang sudah diberikan pada penulis, tanpa kerja keras, perhatian dan dukungan dari Papa penulis tidak dapat mencapai proses tahap akhir. Tiada kata yang dapat diucapkan penulis selain Terima Kasih dan Papa terbaik juga segalanya.

Terima Kasih

Surabaya, 24 Juli 2015

Natasya Maria Rahardjo

KATA PENGANTAR

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”. Sebuah ayat Alkitab sederhana yang diambil dari kitab Filipi 4:13 inilah yang setiap hari mengingatkan penulis akan kebesaran kuasa Tuhan. Oleh sebab itu penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan perlindungan-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Maskulinitas Pria Dalam Iklan Vaseline Men Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal) ”.

Terdapat banyak pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai tepat waktu. Oleh sebab itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang tiada henti mengingatkan kepada mahasiswa-mahasiswi untuk tidak putus asa dan cepat menyelesaikan tugas akhir ini dengan cepat dan semangat.
2. Bpk Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom dan Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, kesabaran, dan ketabahan, pada penulisi selama proses pengerjaan skripsi ini.

3. Kepada orang tua penulis yang selalu memberi semangat ketika penulis merasa jenuh dan memberi kesabaran pada penulis dalam proses mengerjakan skripsi ini.
4. Kepada keluarga penulis Ibu Endang. S, Tante Agatha Nanik Wijaya, dan Om Andreas Rahardjo yang memberi bantuan dan doa mendukung penulis agar cepat lulus dan cepat kerja.
5. Kepada teman dan sahabat penulis yang sama-sama berjuang untuk menyelesaikan proposal skripsi ini dan saling berdoa juga memberi semangat untuk cepat maju sidang dan lulus, yaitu Vincentia Vadena, Grace Junaidi, Puspita Anggraini, dan Barreta Stephani.
6. Teman terdekat penulis Angga Kristian R yang selalu menemani penulis dan menghibur atau memotivasi penulis saat penulis lelah mengerjakan skripsi ini.
7. Sahabat terdekat penulis Magdalena Elisabeth Sumarab beserta papi dan mamanya selalu memberi dukungan dan mendoakan penulis agar cepat tercapai menjadi sarjana.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak atas dukungan untuk penulis.

DAFTAR ISI

HALAMANJUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRAC.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	18
I.3 Tujuan Penelitian.....	18
I.4 Batasan Masalah.....	18
I.5 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS	
II.1 Representasi Yang Ditampilkan Karakteristik Iklan.....	20
II.2 Gender Dan Maskulinitas Dalam Pandangan Media.....	24

II.3 Semiotika.....	28
BAB III. METODE PENELITIAN	
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
III.2 Metode Penelitian.....	38
III.3 Subyek Dan Obyek Penelitian.....	39
III.4 Unit Analisis.....	39
III.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
III.6 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan	
IV.1 Sinopsis Iklan	44
IV.2 Temuan Data dan Pembahasan.....	47
IV.2.1. Analisis Ikon.....	47
IV.2.2 Analisis Indeks.....	51
IV.2.3 Analisis Simbol.....	64
BAB V Kesimpulan Dan Saran	
V.1. Kesimpulan.....	77
V.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Iklan Vaseline Men Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal.....	8
Gambar I.2 Iklan Vaseline Men Fresh Face Versi Joe Taslim.....	9
Gambar I.3 Iklan Vaseline Men Face Versi Darius Sinathrya.....	10
Gambar I.4 Iklan Biore Cool Oil Clear Versi AL Ghazali.....	11
Gambar I.5 Iklan Garnier Versi Joe Taslim Dan Pasha.....	12
Gambar II.9 Triangle Meaning.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel II.3 Stereotip Gender Umum.....	29
Tabel II.8 Konsep Maskulinitas Dalam Berbagai Media	39
Tabel II.9 Jenis Tanda Dan Cara Kerjanya.....	46
Tabel IV.1 Seorang Pria Yang Memakai Jaket Kulit Dan Berpenampilan Rapi.....	54
Tabel IV.2 Pria Yang Sedang Menggunakan Sabun Wajah.....	52
Tabel IV.3 Wajah Pada Kulit Yang Putih dan Bersih.....	57
Tabel IV.4 Tatanan Rambut Yang Pendek Dan Rapi.....	58
Tabel IV.5 Kumis Dan Cambang Yang Dibentuk Tipis.....	59
Tabel IV.6 Sepatu <i>Boots</i>	60
Tabel IV.7 Ekpresi Wajah Yang Takut Terkena Sinar Matahari.....	61
Tabel IV.8 Mencuci Wajah Setelah Berkendara.....	62
Tabel IV.9 Dasi.....	63
Tabel IV.10 Seorang Pria Yang Terlihat Gagah.....	64

ABSTRAK

Natasya Maria Rahardjo NRP. 1423011082. Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Maskulinitas Pria Dalam Iklan Vaseline Men Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal)

Dalam pandangan masyarakat secara umum maskulinitas pria dianggap sebagai pria yang mengutamakan penampilan otot yang kekar, mandiri dan gagah. Tetapi mulai tahun 1980 sosok pria maskulin berubah, menjadi pria maskulinitas baru pria yang mulai menampilkan sifat feminin yaitu mulai mengurusi anak, mulai mengutamakan gaya hidup yaitu dengan mengikuti perkembangan jaman dari *fashion* pakaian sampai melakukan perawatan wajah.

Gambaran terhadap maskulinitas pria dalam iklan Vaseline Men Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal membentuk makna baru pada penonton, makna tersebut interaksi antara pria maskulinitas baru dengan penonton. Lebih dalam lagi, interaksi tersebut akan membentuk konstruksi sosial mengenai pria maskulinitas baru dalam masyarakat Indonesia. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode semiotika Charles Sanders Peirce. Peneliti akan menganalisis tanda dengan menggunakan ikon, *index*, dan simbol. Iklan yang dibuat dengan banyak tanda diharapkan dapat membantu peneliti untuk melihat gambaran maskulinitas pria dalam iklan Vaseline Men Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal.

Maskulinitas pria dalam iklan Vaseline Men Face Versi Ariel Noah Ganteng Maksimal. Ditampilkan seorang pria *bikers* yang mengutamakan penampilan *fashion* pakaian dan perawatan wajah. Maka itu pria tersebut disenangi oleh para wanita disekelilingnya.

Kata Kunci: Representasi, Analisis Semiotika, Iklan, Maskulinitas Pria.

ABSTRACT

Natasya Maria Rahardjo NRP. 1423011082. Representation of Men's Masculinity in Television Advertisements (Semiotics Analysis of Men's Masculinity in the Advertisement of Vaseline Men Face, Ariel Noah Ganteng Maksimal Version)

Generally, the society view men's masculinity as men who have the appearance of firm muscles, independent, and strong. Since 1980, the masculinity concept of men have changed, in which the men's masculinity could be seen as men who show their feminine behaviour, such as taking care of children, maintaining the life style by following the development of the world, from the fashion up to the face treatment.

The representation of men's masculinity in the advertisement of Vaseline Men Face, Ariel Noah Ganteng Maksimal Version form the new meaning of that concept for the viewers, the meaning is the interaction of men who have the new concept of masculinity and the viewers. Moreover, this kind of interaction will form the new social construction of new men's masculinity in Indonesia society. In this research, the writer use semiotics method of Charles Sanders Peirce. This research analyzes the signs by using icon, index, and symbol. The advertisement made by many symbols is expected to ease the writer to analyze the representation of men's masculinity in the advertisement of Vaseline Men Face, Ariel Noah Ganteng Maksimal Version.

The men's masculinity in the advertisement of Vaseline Men Face, Ariel Noah Ganteng Maksimal Version is portrayed by showing the bikers men who show the fashion and face treatment. Then, the men are loved by the women around them.

Keywords: Representation, Semiotics Analysis, Advertisement, Men's Masculinity.