

Penggambaran Maskulinitas  
Dalam Iklan Axe Versi “Dark and Gold”



Di susun oleh:

NATANAEL DWICKY HARTONO 1423015213

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Surabaya

2019

Penggambaran Maskulinitas  
Dalam Iklan Axe Versi “Dark and Gold”

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Di susun oleh:

NATANAEL DWICKY HARTONO

1423015213

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Surabaya

2019

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya:

Nama : Natanael Dwickly Hartono

NRP : 1423015213

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul :

**Penggambaran Makulinitas Dalam Iklan Axe Versi “Dark and Gold”**

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

Surabaya, 9 Januari 2020

Penulis



Natanael Dwickly Hartono

NRP. 1423015213

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGAMBARAN MASKULINITAS PADA IKLAN AXE  
VERSI DARK AND GOLD**

Oleh:

Natanael Dwickly Hartono

NIM.1423015213

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

Pembimbing I : Anastasia Yuni W, S.Sos.,M.Med.Kom (.....)

NIDN. 0701067803

Pembimbing II : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si (.....)

NIDN. 0630077303

Surabaya, 26 November 2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi bagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : 19 Desember 2019

Mengesahkan,  
Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Dekan



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

### Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Drs. Nanang Krisdinanto, M.Si.   
NIDN. 0726126602
2. Sekretaris : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom   
NIDN. 0701067803
3. Anggota : Brigitta Revia S. F, S.I.Kom., M.Med.Kom.   
NIDN. 0715108903
4. Anggota : Yuli Nugraheni, S. Sos. M. Si.   
NIDN. 0630077303

**LEMBAR PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Natanael Dwický Hartono

NRP : 1423015213

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **Penggambaran Maskulinitas Dalam Iklan Axe Versi  
“Dark and Gold”**

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, 9 Januari 2020

Yang menyetujui



Natanael Dwický Hartono

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan berkatNya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Proposal Skripsi dengan judul “Penggambaran Maskulinitas Pada Iklan Axe Versi Dark and Gold”. Terimakasih kepada Papa dan Mama yang tak henti mendukung dan mendoakan, sehingga penulis bisa berada di tahap ini. Terimakasih untuk teman-teman semuanya, selangkah lagi kita akan segera sampai pada pencapaian yang luar biasa.

*“Musuh terbesar kita bukanlah apa atau siapa,*

*Musuh terbesar kita adalah diri kita sendiri”*

*– @natanaeldh (2019)*

Surabaya, 5 November 2019

Natanael Dwickly Hartono

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan berkatNya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul “Penggambaran Maskulinitas Pada Iklan Axe Versi Dark and Gold”. Dalam proses penulisan Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, berupa motivasi, doa, semangat dan saran serta masukan. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas segala rahmat dan berkatNya, selalu memberikan kekuatan dan perlindungannya. Pertolongan Tuhan selalu hadir untuk menolong saya dalam proses pengerjaan Skripsi.
  
2. Papa dan Mama, yang selalu mendukung dan tidak pernah berhenti berdoa untuk kesuksesan saya. Terimakasih banyak penulis ucapkan untuk kedua orang tua yang selalu menguatkan.
  
3. Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom. dan Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing. Terima kasih kepada Bu Anas dan Bu Yuli, sudah memberikan ilmu, waktu, tenaga, pikiran, hatinya yang tulus untuk membantu dan memberikan semangat serta dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan Skripsi.



4. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen yang tetap menyadarkan saya bahwa kuliah tidak seberat yang dibayangkan, meskipun memang kenyataannya berat, tetapi beliau selalu mendoakan saya.
5. Keluarga besar Waroeng Frontej yang selalu menjadi tempat pelarian saya dikala suntuk mengerjakan ini
6. Pejuang Sarjana, saya berterima kasih kepada kalian (Maria, Alfeira, Geraldo, Faiq, Riko, Ewaldo) yang selalu memberi hiburan berupa guyonan-guyonan recehnya.
7. Kepada sobat-sobat seperjuangan saya, Reno, Ivan, Geraldo, Dennis, saya berterima kasih atas moral support dan mental support kalian yang kalian berikan selama masa kuliah ini
8. Seluruh dosen FIKOM WM yang sudah mendukung penulis dalam proses belajar selama di Fakultas Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas kesempatan belajar yang sudah diberikan hingga saat ini.
9. Kepada warung depan kampus, mbak ning dan santos yang tiap kali menjadi tempat saya melepas penat saat dikampus

10. terakhir saya berterima kasih kepada Valensia Elke untuk selalu menjadi tempat saya mengadu, mengeluh, dan bersedia untuk mendukung saya selama pengerjaan penelitian ini.

Penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan Skripsi ini. Semoga kedepannya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	10
I.3 Tujuan Penelitian.....	10

I.4 Batasan Masalah .....	10
I.5 Manfaat Penelitian .....	10
I.5.1 Manfaat Akademis.....	10
I.5.2 Manfaat Praktis.....	11
<b>BAB II. PERSPEKTIF TEORITIS .....</b>	<b>12</b>
II.1 Tinjauan Pustaka.....	12
II.1.2 Maskulinitas .....	12
II.1.2 Iklan.....	14
II.1.3 Semiotika.....	16
II.2 Nisbah Antar Konsep.....	19
II.3 Kerangka Berpikir.....	20
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	22
III.2 Metode Penelitian.....	22
III.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	22
III.4 Unit Analisis .....	22

III.5 Teknik Pengumpulan Data .....	24
III.6 Teknik Analisi Data.....	23
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	25
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	25
IV.1.1 Sinopsis Iklan.....	27
IV.2 Temuan data dan Pembahasan.....	28
IV.2.1 Berpenampilan Maskulin.....	28
IV.2.2 Daya Tarik Maskulin Pada Lawan Jenis.....	30
IV.2.3 Analisis dan Interpretasi tanda.....	33
IV.2.3.1 Cara Berpenampilan Maskulin.....	33
IV.2.3.2 Daya Tarik Maskulin	
Pada Lawan Jenis.....	39
BAB V. PENUTUP.....	45
V.1 Kesimpulan .....	44
V.2 Saran .....	45
V.2.1 Saran Akademik.....	45

V.2.2 Saran Praktis.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Contoh Iklan Axe.....	5
Gambar I.2 Iklan Gatsby .....	6
Gambar I.3 Iklan Casablanca.....	7
Gambar II.1 Segitiga Elemen Makna Pierce .....	17
Gambar IV.1 Cuplikan Iklan Axe Dark and Gold.....	25
Gambar IV.2 Laki-laki Tersenyum Melihat Sekitar .....	38

## **DAFTAR BAGAN**

II.3 Bagan Kerangka Konseptual .....	20
--------------------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Pertentangan Gender: Stereotip-Stereotip Kontemporer Pria dan Wanita .....	13
Tabel III.1 Tabel Analisis Semiotika Pierce.....	24
Tabel IV.2.1 Berpenampilan Maskulin Pada Iklan.....	29
Tabel IV.2.2 Daya Tarik Maskulin Pada Lawan Jenis .....	30
Tabel IV.2.3 Identifikasi Berpenampilan Maskulin.....	33
Tabel IV.2.4 Scene Laki-Laki mengenakan Setelan Jas .....	36
Tabel IV.2.5 Scene Laki-Laki Melewati Perempuan.....	39
Tabel IV.2.6 Scene Kedua Laki-Laki Berjalan.....	41

## ABSTRAK

Natanael Dwickly Hartono Nrp.1423015213. Penggambaran Maskulinitas Pada Iklan Axe Versi Dark And Gold

Produk-produk harian serta peralatan penunjang penampilan kini tidak hanya identik dengan perempuan, kini laki-laki pun bisa untuk menggunakan produk tersebut, seperti parfum yang dulu hanya identik dengan perempuan kini bisa digunakan oleh laki-laki, dan bukan itu saja, hanya berawal dari iklan produk harian kini masyarakat juga bisa mendapat dampak psikis bagi yang melihat iklan tersebut. Karena tanda-tanda verbal dan non-verbal yang tersirat dan tersurat.

Penelitian ini ingin mengungkap bagaimana maskulinitas digambarkan pada sebuah industri iklan. Peneliti menggunakan metode analisis semiotik milik Charles Sander Peirce dengan cara *Triangle of Meaning* yang dimana hasilnya akan diketahui bahwa maskulinitas pada industri sangat berpengaruh bagi masyarakat dan pola pikirnya.

Kata Kunci: Maskulinitas, Semiotik Peirce, Iklan Axe Dark and Gold

## **ABSTRACT**

Natanael Dwicky Hartono, NRP.1423015213. Depictions of Masculinity in Dark And Gold Axe ad versions

Nowadays daily products and appearance support equipment are now not only identical to women. Men can also use these products, such as perfumes that were only identical to women can now be used by men. Indeed, only starting from daily product advertisements, the public can also get psychological impact for those who see the ad. It happened because verbal and non-verbal signs are implied and explicit.

This study wants to reveal how masculinity is portrayed in an advertising industry. Researchers used Charles Sander Peirce's semiotic analysis method by means of the Triangle of Meaning where the results would be known that masculinity in the industry was very influential for the people and their mindset.

Keywords: Masculinity, peirce's semiotic, Axe Dark and Gold Ad