

PENGGAMBARAN PERAN PRIA DALAM IKLAN *TEMPRA SYRUP*

VERSI 3 VARIAN 30S (2019)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

YOEL ADRIANTA

NIM . 1423016050

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2020

SKRIPSI

PENGAMBARAN PERAN PRIA DALAM IKLAN *TEMPRA SYRUP*

VERSI 3 VARIAN 30S (2019)

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana

Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala

Surabaya



Disusun Oleh:

YOEL ADRIANTA

NIM . 1423016050

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2020

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Yoel Adrianta

NIM : 1423016050

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Media

Menyatakan dengan sesungguhnya jika skripsi/ karya ilmiah saya yang berjudul:

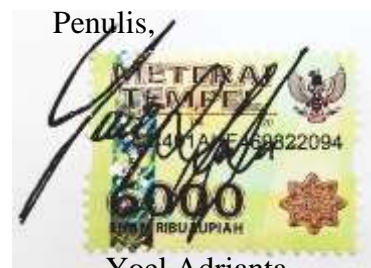
**“PENGAMBARAN PERAN PRIA DALAM IKLAN TEMPRA SYRUP
VERSI 3 VARIAN 30S (2019)”**

Adalah benar-benar 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.

Demikian Surat Pernyataan Originalitas karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya dan penuh kesadaran

Surabaya, 21 Mei 2020

Penulis,



Yoel Adrianta

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagai prasyarat untuk meyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir (Skripsi) pada semester 8 (delapan).

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



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

Dewan Penguji :

1. Ketua : Brigitta Revia Sandy Fista, S.Ikom., M.Med.Kom (.....)
NIDN.0715108903
2. Sekretaris : Theresia Intan Putri, S.Sos., M.I.Kom (.....)
NIDN. 0725058704
3. Anggota : Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si (.....)
NIDN. 0630077303
4. Anggota : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom (.....)
NIDN. 0702087602

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGGAMBARAN PERAN PRIA DALAM IKLAN TEMPRA SYRUP

VERSI – 3 Varian 30S (2019)


Oleh:

YOEL ADRIANTA

NIM. 1423016050

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan karya ilmiah untuk diajukan ke tim penguji Skripsi

Pembimbing I: Theresia Intan Putri, S.sos.,M.I.Kom

()

NIDN.0725058704

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

()

NIDN.0702087602

Surabaya, 21 Mei 2020

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Yoel Adrianta

NIM : 1423016050

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya

Judul: **“PENGAMBARAN PERAN PRIA DALAM IKLAN TEMPRA SYRUP VERSI 3 VARIAN 30S (2019)”**

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

Demikian Surat Persetujuan Publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 21 Mei 2020

Penulis,



Yoel Adrianta

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dan seluruh Teman-teman serta tidak lupa Dosen Pembimbing yang telah membimbing selama penulisan Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa selesainya Skripsi ini melibatkan partisipasi, dukungan dan bantuan dari semua pihak yang telah menginspirasi penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mempersembahkan Skripsi ini kepada Dosen Pembimbing Ibu Intan dan Ibu Akhsaniyah yang telah bersedia meluangkan Pikiran dan Waktunya untuk membimbing penulis dalam mengerjakan Skripsi ini, dan berbagai pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah bersedia memberikan Semangat, Pikiran, dan Waktu untuk membantu terselesaikannya Skripsi ini.

Penyusunan Skripsi yang telah penulis lakukan, maupun pengerjaan Skripsi ini tidak lepas dari sebuah kalimat yang menjadi motto dan motivasi bagi penulis.

“ you may say that i’m a dreamer, But i’m not the only one ”

(Kau mungkin mengira jika aku seorang pemimpi, tapi aku tidaklah sendiri.)

- John Lennon – *“Imagine”* -

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis hanturkan kehadirat kepada Tuhan Yesus Krsitus atas segala kasih, karunia dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “PENG GAMBARAN PERAN PRIA DALAM IKLAN *TEMPRA SYRUP* VERSI 3 VARIAN (2019)” . Skripsi ini disusun dan ditulis sedemikian rupa sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar S.Ikom di fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan Skripsi ini berisikan penelitian terhadap semiotika dalam sebuah ikla. Dan dengan terselesaikan skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan bantuan uluran tangan dari berbagai pihak yang terlibat didalamnya. Oleh sebab itu, tak salah kiranya bila peneliti ingin mengungkapkan rasa Terima Kasih dan penghargaan kepada:\

1. Tuhan Yang maha Esa yang sudah memberikan kekuatan kepada peneliti agar penelitian ini dapat terselesaikan, meskipun air mata mengalir dalam pembuatan Skripsi ini.
2. Kepada Dosen pembimbing saya, Ibu Akhsaniyah dan Ibu Intan yang sudah membimbing dan membantu saya agar Skripsi ini dapat terselesaikan dengan matang dan tepat waktu.
3. Orang Tua, yang sudah memberikan support dan semangat sehingga dapat menyelesaikan kuliah secara Tepat waktu

4. Kepada Sobat WoworKencrotFactory dan teman-teman seperjuangan kuliah lainnya yang saya tidak dapat sebutkan satu persatu, yang sudah memberikan bantuan dan dorongan dalam mengerjakan dalam menyelesaikan Skripsi ini.
5. Dan berbagai pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang sudah membantu saya dalam penyusunan Skripsi ini. Semoga Tuhan yang Maha Esa dan Semesta memberikan berkat dan rejeki kepada kalian semua. Peneliti juga menyadari dalam penyusunan Skripsi ini tidak menutup kemungkinan adanya kesalahan maka dari itu peneliti tidak menutup diri terhadap masukan berupa kritik dan saran yang diberikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	11
I.3 Tujuan Penelitian	12
I.4 Batasan Masalah	12
I.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
II.1 Kajian Teoritis	14
II.1.1 Iklan.....	14
II.1.2 Representasi.....	17
II.1.3 Peran Gender	19
II.1.4 Maskulinitas	24
II.1.5 Semiotika Charles Sanders Pierce.....	35
II.2 Nisbah Antar Konsep	38
II.3 Bagan Kerangka Konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	41
III.2 Metode.....	41
III.3 Subjek dan Objek Penelitian	42
III.3.1 Subjek Penelitian	42
III.3.1 Objek Penelitian.....	42
III.4 Unit Analisis	42
III.5 Teknik Pengumpulan Data.....	42
III.6 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	46
IV.1.1 Sinopsis Iklan.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Stereotip Gender secara Umum.....	20
Tabel II.2 Tabel Keidentikan Laki-lak dan Perempuan.....	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Iklan Mama Lemon edisi Choky.....	4
Gambar I.2 Iklan Mama Lemon edisi Choky.....	4
Gambar I.3 Iklan Mama Lemon edisi Choky.....	4
Gambar I.4 Iklan Tempra <i>Syrup</i>	7
Gambar I.5 Iklan Tempra <i>Syrup</i>	7
Gambar I.6 Iklan Tempra <i>Syrup</i>	7
Gambar I.7 Iklan Tempra <i>Syrup</i>	7
Gambar I.8 Iklan Kecap ABC “Suami Sejati” (2018)	10
Gambar II.1 Segitiga Semiotika Peirce	37
Gambar III.1 Segitiga Semiotika Peirce.....	42
Gambar IV.1 Iklan Tempra “ <i>One thousand Smile</i> ”	47
Gambar IV.2 Iklan Tempra <i>Syrup</i> edisi 3 Varian 30s (2019)	47
Gambar IV.3 Sosok ayah yang kebingungan mengurus urusan Domestik	53
Gambar IV.4 Kemeja, Dasi dan Celana kain merupakan <i>dresscode</i> Pekerja	55
Gambar IV.5 Kemeja, Dasi dan Celana kain merupakan <i>dresscode</i> Pekerja	56
Gambar IV.6 Latar Belakang Waktu terjadi pada Sore Hari	56
Gambar IV.7 Latar waktu Sore hari pada Iklan Kecap Bango	57
Gambar IV.8 Kemeja, Dasi dan Celana kain merupakan <i>dresscode</i> Pekerja	55
Gambar IV.9 Kemeja, Dasi dan Celana kain merupakan <i>dresscode</i> Pekerja	55
Gambar IV.10 Sosok ayah yang mengobati anak laki-lakinya	59
Gambar IV.11 Potongan <i>scene</i> iklan sirup Obida	60
Gambar IV.12 Potongan <i>scene</i> Anak sedang Jatuh Sakit	61
Gambar IV.13 Sosok Pria yang sedang menggendong Bayi	64
Gambar IV.14 Sosok anak Perempuan yang sedang bermain Musik serta Menari Gembira	65
Gambar IV.15 Sosok anak Laki-laki yang sedang gembira dengan Melompat- lompat diatas Sofa	65
Gambar IV.16 Sosok Istri atau Ibu yang telah pulang Bekerja.....	66

ABSTRAK

Penelitian ini akan mendeskripsikan bagaimana penggambaran peran pria yang ditampilkan oleh iklan televisi komersial produk kesehatan *Tempra Syrup* (2019). Penelitian ini akan menggunakan metode semiotika yang dikembangkan oleh Pierce, teori semiotika ini merupakan hasil pengembangan dari teori semiotika terdahulu. Penggambaran mengenai peran pria dalam iklan akan menjadi fokus utamanya karena disini peneliti melihat adanya pergeseran peran pria dalam iklan tersebut, dimana pada iklan *Tempra* serupa terdahulu dan iklan obat-obatan serupa lainnya sosok Pria ditampilkan tidak ikut turun tangan langsung dalam mengurus urusan domestik namun pada iklan yang akan peneliti teliti ini menunjukkan sebaliknya. Untuk membedah dan mencari mengenai bagaimana penggambaran peran gender pria dalam iklan ini, maka peneliti akan membedah dengan melihat bagian *scene* per *scene* untuk diteliti lebih dalam dan lebih lanjut lagi. Dan pada akhirnya hasil dari penelitian mengenai Penggambaran Peran Pria dalam iklan *Tempra Syrup* versi 3 Varian 30s (2019) ini ialah Pria digambarkan mengalami kesulitan ketika ikut turun tangan langsung dalam mengurus urusan domestik, meskipun mengalami kesulitan dalam urusan Domestik sosok Pria tersebut digambarkan harus tetap bisa dan wajib menjalankan tanggungjawab dan peran lainnya sebagai seorang ayah di dalam Keluarga seperti menjadi *Co-Parent Father*, *Protector*, *Caregiver*, *Friends & Playmate* dan *Players*.

Kata kunci: Penggambaran, Iklan, Peran pria, Semiotika, Pierce

ABSTRACT

This research will describe how the depiction of the role of men displayed by commercial television commercials for health products Tempra Syrup (2019). This research will use the semiotics method developed by Pierce, this semiotic theory is the result of the development of the previous semiotic theory. The description of the role of men in advertisements will be the main focus because here researchers see a shift in the role of men in advertisements, where in Tempra advertisements similar to earlier and other similar drug advertisements the figure of Men is shown not to intervene directly in managing domestic affairs but in advertisements which this meticulous researcher will show the opposite. To dissect and search for how the portrayal of male gender roles in this ad, the researcher will dissect by looking at the scene per scene to be investigated more deeply and further. And in the end the results of research on the depiction of the role of men in Tempra Syrup ad version 3 Variant 30s (2019) is that men are described as having difficulties when directly involved in managing domestic affairs, although experiencing difficulties in domestic affairs the male figure is described as being able to remain able to and must carry out other responsibilities and roles as a father in the family such as being a Co-Parent Father, Protector, Caregiver, Friends & Playmate and Players.

Keywords: Portrayal, Advertising, Role of men, Semiotics, Pierce