

**PENGGAMBARAN MASKULINITAS PADA PEREMPUAN DALAM
IKLAN GO-PAY “RUMAH PEVITA DISERANG ORANG GAK
DIKENAL!”**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Jose Andresen Gunawan

NRP.1423017055

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2020**

SKRIPSI

**PENGGAMBARAN MASKULINITAS PADA PEREMPUAN DALAM
IKLAN GO-PAY “RUMAH PEVITA DISERANG ORANG GAK
DIKENAL!”**

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



Disusun Oleh:

Jose Andresen Gunawan

NRP.1423017055

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2020**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya,

Nama : Jose Andresen Gunawan

NRP : 1423017055

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam Skripsi yang berjudul :

PENGGAMBARAN MASKULINITAS PADA PEREMPUAN DALAM IKLAN GOPAY “RUMAH PEVITA DISERANG ORANG GAK DIKENAL!”

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

Surabaya, 15 Januari 2021

Penulis,



Jose Andresen Gunawan

NRP. 1423017055

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGGAMBARAN MASKULINITAS PADA PEREMPUAN DALAM
IKLAN GO-PAY “RUMAH PEVITA DISERANG ORANG GAK
DIKENAL!”**


Oleh:

Jose Andresen Gunawan

NRP.1423017055


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

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


(.....)

NIDN.0702087602

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


(.....)

NIDN.0715108903

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 :

Mengesahkan,
Fakultas Ilmu Komunikasi,
Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M. Si.
NIDN. 06330077303

Dewan Penguji:

1. Ketua : Brigitta Revia S., S.I.Kom., M. Med. Kom. (.....) 
NIDN. 0715108903
2. Sekretaris : Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom. (.....) 
NIDN. 0702087602
3. Anggota : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. (.....) 
NIDN. 0725058704
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 : Jose Andresen Gunawan

NRP : 1423017055

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyetujui Skripsi/Karya Ilmiah saya

Judul : **PENGGAMBARAN MASKULINITAS PADA PEREMPUAN DALAM IKLAN GO-PAY “RUMAH PEVITA DISERANG ORANG GAK DIKENAL!”**

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 Januari 2021

Penulis



Jose Andresen Gunawan

NRP. 1423017055

HALAMAN PERSEMBAHAN

Usaha tidak akan mengkhianati hasil. Dengan mengambil resiko kegagalan, kekecewaan, dan kehilangan arah, perjuangan 3,5 tahun yang berwujud skripsi ini peneliti persembahkan kepada Tuhan Yesus yang selalu memberkati dan memberi hikmat kepada penulis dan Orang Tua yang selalu mendukung. Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang membantu tanpa dapat disebutkan satu-persatu. Semoga skripsi ini dapat menjadi persembahan kecil yang indah untuk mereka.

Terima Kasih,

Surabaya, 15 Januari 2021

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena hanya oleh Rahmat-Nyalah proposal skripsi hingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul “Penggambaran Maskulinitas Pada Perempuan Dalam Iklan Go-Pay “Rumah Pevita Diserang Orang Gak Dikenal!” ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan Skripsi ini berisikan penelitian terhadap semiotika dalam sebuah iklan. 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 Yesus Kristus yang sudah memberikan kekuatan kepada penulis agar skripsi ini dapat terselesaikan, meskipun banyak halangan dan rintangan dalam pembuatan skripsi ini.
2. Orang Tua dan saudara, yang mendukung penuh, memberi semangat kepada penulis dan berdoa dengan tulus agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Sonya dan Ibu Yuli yang dengan sabar membimbing saya dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Widya Mandala Surabaya yang sudah membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.

5. Teman-teman “Abedsam” yang sudah memberikan semangat dan kebahagiaan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Teman-teman “Pejuang S.Ikom” yang menjadi teman seperjuangan dan tempat curhat dalam proses mencapai kelulusan.
7. Teman-teman Ormawa, terlebih BEM Fikom yang memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan doa agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Surabaya, 15 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Rumusan Masalah	13
I.3 Tujuan Penelitian	13
I.4 Batasan Masalah.....	14
I.5 Manfaat Penelitian.....	14
I.5.1 Manfaat Akademis	14
I.5.2 Manfaat Praktis	14
I.5.3 Manfaat Sosial.....	14
BAB II PERSPEKTIF TEORITIS	15
II.1 Penelitian Terdahulu	15
II.2 Kajian Teoritis	17
II.2.1 Maskulinitas	18
II.2.1.1 Kekuatan Fisik	20
II.2.2 <i>Sex</i> dan <i>Gender</i>	22
II.2.2.1 Stereotipe	24
II.2.3 Iklan	26
II.2.4 Semiotika.....	28
II.3 Nisbah Antar Konsep	30
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	32
BAB III METODE PENELITIAN	33

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
III.2 Metode Penelitian	34
III.3 Subjek dan Objek Penelitian	34
III.4 Unit Analisis	35
III.5 Teknik Pengumpulan Data	35
III.6 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	38
IV.1.1 Iklan Go-Pay	38
IV.1.2 Sinopsis Iklan	40
IV.2 Temuan Data Dan Pembahasan	42
IV.2.1 Identifikasi Tanda	43
IV.2.2 Interpretasi dan Analisis Tanda	46
IV.2.2.1 Identifikasi Tanda Penampilan fisik	46
IV.2.2.2 Identifikasi Tanda Kemampuan melindungi diri ..	53
IV.2.2.3 Identifikasi Tanda Keberanian	60
BAB V PENUTUP	71
V.1 Kesimpulan	71
V.2 Saran	72
V.2.1 Saran Akademik	72
V.2.2 Saran Praktis	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Konotasi <i>Feminity</i> dan <i>Masculinity</i>	20
Tabel II.2 Perbedaan Sifat Laki dan Perempuan	24
Tabel II.3 Model Tanda beserta Sistem Kerjanya	30
Tabel III.1 Analisa Iklan Go-Pay Menggunakan Metode Semiotika Peirce... 37	
Tabel IV.1 Penampilan Fisik dalam Maskulinitas Perempuan	43
Tabel IV.2 <i>Self Defence</i> sebagai sifat Maskulinitas Perempuan	44
Tabel IV.3 Sifat Pemberani dalam Maskulinitas Perempuan	45
Tabel IV.4 Tabel Representament Penampilan Fisik	46
Tabel IV.5 Tabel Representasment Kemampuan Melindungi Diri	53
Tabel IV.6 Tabel Representament Keberanian	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Iklan Go-Pay versi “Rumah Pevita Diserang Orang Gak Dikenal!”	4
Gambar I.2 Iklan Go-Pay versi “Pevita Ditembak, JoTa Bertindak”	6
Gambar I.3 Potongan <i>Scene</i> dalam Video Iklan Go-Jek edisi “Para Penjaga Amanah”	9
Gambar I.4 Potongan <i>Scene</i> dalam Video Iklan Lux edisi “ <i>Super Powers</i> ” ...	10
Gambar I.5 Iklan EVLUTIONNUTRION “Monica Sinatra”	11
Gambar II.1 <i>Triangle Peirce</i>	29
Gambar II.2 Bagan Kerangka Konseptual	32
Gambar IV.1 Iklan Go-Pay “#kebahagiaankecil”	39
Gambar IV.2 Potongan <i>scene</i> iklan Go-Pay versi “Rumah Pevita Diserang Orang Gak Dikenal!”	40
Gambar IV.3 Mahkota	48
Gambar IV.4 Penampilan Fisik Pevita	49
Gambar IV.5 Pevita Membawa Senjata	51
Gambar IV.6 Pevita Melindungi Diri Menggunakan Teflon	55
Gambar IV.7 Pevita Berlindung dibalik Kasur	57
Gambar IV.8 Pevita Menangkis Pukulan	58
Gambar IV.9 Pevita Melawan Sambil Tersenyum	63
Gambar IV.10 Makna Senyuman Pevita	64
Gambar IV.11 Pevita Menggunakan Setelan Berwarna Kuning	66
Gambar IV.12 Pevita Berani Melawan Musuhnya dari Jarak Dekat	67
Gambar IV.13 Iklan Tokopedia Versi “Isyana vs Gangster”	69

ABSTRAK

Jose Andresen Gunawan. NRP.1423017055. *PENGGAMBARAN MASKULINITAS PADA PEREMPUAN DALAM IKLAN GO-PAY “RUMAH PEVITA DISERANG ORANG GAK DIKENAL!”*

Peneliti ingin melihat penggambaran maskulinitas pada perempuan dalam iklan Go-Pay “Rumah Pevita Diserang Orang Gak Dikenal!”. Video iklan yang diperankan oleh Pevita ini sangat menarik. Dimana video iklan ini menampilkan sosok perempuan yaitu Pevita, ditampilkan berbeda dengan apa yang digambarkan oleh media massa selama ini. Pevita ditampilkan dengan memiliki sifat maskulin yang biasanya dimiliki oleh laki-laki. Maskulinitas sendiri merupakan sebuah konstruksi sosial, maskulinitas juga merupakan suatu nilai yang berkembang dalam suatu budaya dan menjadi kedekatan hubungan dari sifat-sifat tertentu. Maskulinitas yang ada pada iklan ini berfokus pada kekuatan fisik yang dimiliki perempuan. Teknik pengumpulan data sendiri diambil dengan cara observasi dokumentasi berupa potongan *scene* yang berkaitan dengan rumusan masalah. Serta studi literatur untuk membantu peneliti merumuskan masalah. Sedangkan untuk metode peneliti menggunakan metode Charles Sanders Peirce yang menggunakan analisis *triangle* Peirce dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa maskulinitas pada perempuan terkhusus dari segi kekuatan fisiknya tidak dapat dilihat dari penampilan fisik, namun bisa dilihat dari kemampuannya melindungi diri dan sifat pemberani.

Kata Kunci : Maskulinitas, Kekuatan Fisik, Semiotik, Iklan

ABSTRACT

Jose Andresen Gunawan. NRP.1423017055. *REPRESENTATION OF MASCULINITY OF A WOMAN IN GO-PAY'S AD "RUMAH PEVITA DISERANG ORANG GAK DIKENAL!"*

Researcher wants to see masculinity of a woman in Go-Pay's ad "Rumah Pevita Diserang Orang Gak Dikenal!". These advertising video who played by Pevita is very interesting which is show a female character (Pevita) looks so different from what society think so far. Pevita is represented with masculine personality that men usually have. Masculinity is a social construction that is also point that involved in a tradition and became the closeness of relationships of certain properties. Masculinity in this advertisement focuses on the physical strenght of women. The research used a technique to collect the data is taken by observation from the scenes that related with the problem is. Even literature studie help researcher to formulate the problem studies. For the method, researcher using Charles Sanders Peirce metode that is called Peirce' triangle analysiswith a qualitative descriptive approach. The result of this research show that masculinity in women, especially in terms of physical strenght, cannot be seen from physical appearance, but can be seen from the ability of self-defense and courage.

Keywords : Masculinity, Physical Strenght, Semiotics, Advertisement