

**PERGESERAN REPRESENTASI MASKULINITAS
DALAM IKLAN**

**(Studi Komparasi terhadap Analisis Semiotika pada Iklan Rokok
Magnum Filter Dji Sam Soe dan *U Mild* versi *Ngantor* Menurut
Roland Barthes)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S-1
Jurusan Sosiologi**



**Diajukan oleh :
Rani Oktaviani
(5011211048)**

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

2016

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PERGESERAN REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM
IKLAN (STUDI KOMPARASI TERHADAP ANALISIS
SEMIOTIKA PADA IKLAN ROKOK *MAGNUM FILTER DJI*
***SAM SOE DAN U MILD VERSI NGANTOR* MENURUT**
ROLAND BARTHES)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RANI OKTAVIANI

(501 12 11 048)

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 01 Agustus 2016

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing I,



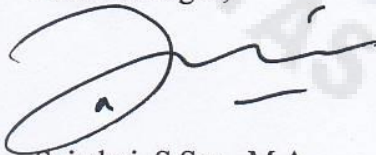
Sarpin, S.Sos., MPA.

Penguji I,



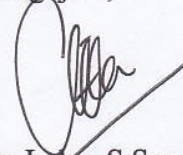
Dr. Ibrahim, M.Si.

Pembimbing II,



Sujadmi, S.Sos., M.A.

Penguji II,



Citra Asmara Indra, S.Sos., MA.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana S-1

Tanggal 01 Agustus 2016



Sujadmi, S.Sos., MA.

Ketua Jurusan Sosiologi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RANI OKTAVIANI
Nomor Mahasiswa : 5011211048
Program Studi : SOSIOLOGI

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Banjir, 1 Agustus 2016

Menyatakan

Rani Oktaviani
(5011211048)

MOTTO

Barang siapa mempermudah kesulitan orang lain maka
Allah akan mempermudah urusannya di dunia dan akhirat

(HR Muslim)

Perlakukanlah orang lain sebagaimana kamu ingin
diperlakukan

Tak akan ada hasil yang mengkhianati proses

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

Allah, SWT atas segala anugrah dan kemudahan jalan dalam penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Pahlawan paling berharga, Ibu tercinta Ida Agustina yang selalu mendoakan, mencurahkan kasih sayang, melindungi dan memberikan nasehat serta motivasi berharga.

Saudara ku Ayuk Rosa Lina dan Bang Imam Saputra, Almarhum Keponakan ku Ahmad Habiburrohman. Anugrah indah yang Allah SWT berikan dengan kehadiran kalian. Dan seluruh keluarga besar yang telah menjadi pelengkap hidup.

Sahabat yang dari awal hingga saat ini masih setia dan tetap ada sampai akhir mendampingi, membantu dan memberikan motivasi dalam penulisan skripsi ini. Puspita Sari, S.Sos, Tri Haryati Putri, Citra Asmara Indra, S.Sos., M.A., Rudy Saputra, Serly Kusriani, S.Sos. Tiada yang berjalan mulus ada saja masalah yang dihadapi dalam persahabatan ini tapi kita mampu melewati semuanya, anugrah terindah bisa mengenal kalian.

Untuk almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbilalamin, segala syukur kepada Allah S.W.T atas segala nikmat dan anugrah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Pergeseran Representasi Maskulinitas Dalam Iklan (Studi Komparasi terhadap Analisis Semiotika pada Iklan Rokok *Magnum Filter Dji Sam Soe* dan *U Mild* versi *Ngantor*). Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi tugas dan melengkapi sebagian persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Sosial pada program studi Sosiologi Universitas Bangka Belitung.

Banyak situasi dan kendala yang dihadapi oleh penulis dalam penulisan skripsi ini, namun berkat kemudahan yang diberikan Allah. SWT dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya kesulitan-kesulitan tersebut dapat teratasi. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih atas segala bentuk bantuannya terkhusus kepada :

1. Dr. Ir. Muhammad Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Prof. Dr. Bustami Rahman, M.Sc. selaku Guru Besar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Sosiologi,
3. Dr. Ibrahim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus Penguji I yang telah memberikan saran, masukan dan ilmu yang berharga dalam proses pembelajaran.
4. Citra Asmara Indra, S.Sos., M.A. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus Penguji II yang memberikan bimbingan, ilmu, masukan dan dorongan selama penulisan skripsi ini.
5. Sarpin, S.Sos., MPA. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus Pembimbing I, untuk masukan dan nasehat yang selalu diberikan bapak kepada penulis.
6. Sujadmi, S.Sos., M.A. selaku Ketua Jurusan Sosiologi sekaligus Pembimbing II untuk kritik, saran dan masukan yang membangun bagi penulis dalam proses penulisan skripsi maupun dalam proses pembelajaran di kelas.

7. M. Adha Al Kodri selaku Kepala Laboratorium Rekayasa Sosial untuk nasehat dan masukan yang telah diberikan.
8. Seluruh dosen Jurusan Sosiologi terima kasih tak terhingga untuk ilmu-ilmu yang telah diberikan dan sangat bermanfaat bagi penulis.
9. Para staf BAAK dan BAUK Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.
10. Orang tua tercinta Ibu Ida Agustina terima kasih untuk limpahan doa, kasih sayang, perhatian, cinta yang diberikan kepada penulis.
11. Sahabat dan rekan-rekan di kelas A dan B Sosiologi 2012 terima kasih untuk pertemanan selama masa kuliah ini, Pipit, Rudy, Serly, Nesti, Baitun, Soroya, Reni, Uli, Sekarini, Makki, Valen, Hadi, Eka, Tata, Holil, Adel, Yudha. Vivi, Dita, Dios dan Iqbal atas pengalaman dan pelajaran berharga yang telah kalian berikan dan untuk rekan seluruh angkatan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Teman-teman KKN X Pulau Lepar terkhusus di Desa Tanjung Labu terima kasih untuk kebersamaan dan motivasinya dalam penulisan skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang telah menjadi informan dalam penelitian ini untuk waktu yang telah diluangkan terimakasih banyak. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk warna indah dan bantuannya selama ini kepada penulis.

Penulis berharap dalam penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca untuk pengembangan ilmu pengetahuan sekarang dan di masa yang akan datang.

Pangkalpinang, Agustus 2016

Penulis,

Rani Oktaviani

ABSTRAK

RANI OKTAVIANI, Pergeseran Representasi Maskulinitas dalam Iklan (Studi Komparasi terhadap Analisis Semiotika pada Iklan Rokok Magnum Filter Dji Sam Soe dan U Mild versi Ngantor Menurut Roland Barthes. Dibimbing oleh Sarpin dan Sujadmi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis citra maskulinitas yang ditampilkan dalam iklan, tanggapan masyarakat tentang citra maskulinitas pada kedua iklan tersebut. Mengidentifikasi dan menganalisis tanda-tanda yang digunakan untuk mendukung citra maskulinitas yang ditampilkan dalam kedua iklan rokok tersebut, sehingga akan membantu masyarakat memahami citra maskulinitas.

Penelitian dilakukan dengan melihat kedua iklan dalam situs internet, kemudian kedua iklan tersebut di unduh melalui youtube. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan semiotika. Pengambilan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan 10 orang informan. Teori yang digunakan untuk menganalisis yaitu Teori Semiotika milik Roland Barthes. Pesan dalam iklan dapat dilihat melalui tiga bentuk yaitu pesan linguistik, ikonik dan ikonik yang tak terkodekan dengan dua tingkat pertandaan yakni denotatif dan konotatif. Pesan yang didapatkan dari tanda dalam iklan dipengaruhi oleh pengalaman kultural masyarakat.

Citra maskulin yang dipresentasikan dalam iklan Magnum Filter Dji Sam Soe adalah berwibawa, sederhana, romantis, bertanggung jawab, mampu beradaptasi dan pengertian. Iklan U Mild versi Ngantor menampilkan citra maskulinitas berbeda dari iklan sebelumnya, yakni berani, dinamis, pintar, unik dan menarik. Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan dalam representasi citra maskulinitas dalam iklan. Citra maskulinitas yang direpresentasikan mulai mengalami perkembangan dan pergeseran yang didukung oleh beberapa tanda untuk mempertegas sisi maskulin yang ingin ditampilkan. Masyarakat masih berpikir maskulinitas laki-laki berdasarkan fisik, namun hal itu bukan satu-satunya syarat bagi kemaskulinan laki-laki. Karakter dari laki-laki menjadi salah satu faktor penentu maskulin atau tidaknya laki-laki bukan hanya dari tampilan fisik saja. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dan perkembangan terhadap pola pikir masyarakat terkait laki-laki dan kemaskulinannya, sehingga maskulinitas mulai dipengaruhi oleh sisi feminitas dari laki-laki itu sendiri.

Kata Kunci : Representasi, Citra dan Maskulinitas

ABSTRACT

RANI OKTAVIANI, The Representation Transformation on Masculinities in Advertisement (A Comparative Study on Semiotic Analysis in Cigarette Advertising of Magnum Filter Dji Sam Soe and U Mild versi Ngantor According to Roland Barthes). Supervised By Sarpin and Sujadmi.

The purpose of this research is to describe and to analyze image of masculinities which is showed in advertisement, response of society on image of masculinities in those both advertisements. Identifying and analyzing codes which is used to support image of masculinities which is showed in those advertisements, so will help society to understand the image of masculinities.

The research is conducted by looking at both advertisements in internet, and then those advertisements are downloaded throught YouTube. This research uses qualitative method with semiotic approach. The collection of data is conducted through observation and interview of 10 informants. The theory used to analyze is Semiotic theory by Roland Barthes. The message in those advertisements can be seen through three forms, they are linguistics message, iconic and iconic that is not encoded with two levels of signs; denotative and connotative. Message which is gotten from sign in those advertisements are influenced by society cultural experience.

Masculine image which is presented in the advertisement of Magnum Filter Dji Sam Soe is commanding, simple, romantic, responsible, able to adapt and understanding. The advertisement of U Mild versi Ngantor displays a different masculinities image from the previous one, which is brave, dynamic, smart, unique and interesting. The result of this research indicated that there isi a change in representation of masculinities image in advertisement. Masculinities image that are presented begin develop and transformation supported by some signs to emphasize masculine side which want to be showed. Community still thinking that masculinities of men based on physical, however it is not the only condition for men masculinities. Men character becomes one of determining factor whether masculine or not a man is, not only seeing from physical appearance. This condition showed that there is transformation and development on community mindset related to men and his masculinities, so that masculinities begin to be affected by side of feminist from the men itself.

Keywords : Representation, Image, and Masculinities

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSRTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Kerangka Teoretis	10
BAB II. METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	14
B. Fokus Penelitian	15
C. Sumber Data	15
D. Teknik Pengumpulan Data	16
E. Teknik Analisis Data	19

BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Iklan	21
B. Representasi	25
C. Maskulinitas	28
D. Sejarah <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i>	33
E. Sejarah <i>U Mild</i>	35

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Citra Maskulinitas dalam Iklan Rokok	
1. <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i>	39
2. <i>U Mild versi Ngantor</i>	62
B. Tanda-tanda yang Mendukung tentang Citra Maskulin dalam Iklan Rokok	
1. <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i>	86
2. <i>U Mild versi Ngantor</i>	86
C. Pandangan Masyarakat tentang Citra Maskulin dalam Iklan Rokok	
1. <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i>	89
2. <i>U Mild versi Ngantor</i>	98
D. Perbandingan antara Iklan Rokok <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i> dan <i>U Mild versi Ngantor</i>	109

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	114
B. Implikasi Teori	116
C. Saran	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Citra Maskulinitas pada Iklan Rokok <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i>	84
Tabel 4.2 Citra Maskulinitas pada Iklan Rokok <i>U Mild versi Ngantor</i>	85
Tabel 4.3 Tanda-tanda yang Mendukung Citra Maskulinitas pada Iklan Rokok <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i>	87
Tabel 4.4 Tanda-tanda yang Mendukung Citra Maskulinitas pada Iklan Rokok <i>U Mild versi Ngantor</i>	88
Tabel 4.5 Pandangan Masyarakat tentang Citra Maskulinitas pada Iklan Rokok <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i>	107
Tabel 4.6 Pandangan Masyarakat tentang Citra Maskulinitas pada Iklan Rokok <i>U Mild versi Ngantor</i>	109
Tabel 4.7 Perbedaan antara Iklan Rokok <i>Magnum Filter Dji Sam Soe</i> dan <i>U Mild versi Ngantor</i>	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Adegan Pasangan Ketika Berada di Sebuah <i>Restaurant</i>	39
Gambar 4.2 Adegan Laki-laki dan Perempuan Meninggalkan <i>Restaurant</i>	43
Gambar 4.3 Adegan Pertama Kali Setelah Laki-laki dan Perempuan Meninggalkan <i>Restaurant</i>	49
Gambar 4.4 Adegan Laki-laki dan Perempuan Berhenti di Kedai	53
Gambar 4.5 Adegan Pertemuan Laki-laki dan Perempuan dengan Kedua Temannya di Kedai	57
Gambar 4.6 Adegan Seorang Laki-laki yang Berjalan di Atas Dermaga	62
Gambar 4.7 Adegan Seorang Laki-laki di <i>Cafe</i> pada Siang Hari	67
Gambar 4.8 Adegan Beberapa Laki-laki sedang di Dalam Kapal Kecil Sambil Berbincang-bincang	74
Gambar 4.9 Adegan Pertemuan Keempat Laki-laki di Tempat Makan Setelah Aktivitas Masing-masing Diselesaikan	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian

Lampiran 2. Pedoman Wawancara

Lampiran 3. Daftar Identitas Informan

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian

Lampiran 5. Surat *Translate* Abstrak

Lampiran 6. Gambar Iklan

Lampiran 7. *Curriculum Vitae*

