

Lampiran Pertama



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

Kampus Terpadu Universitas Bangka Belitung  
Balunijuk, Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung  
Telepon (0717) 4260028, 4260029  
Laman : www.ubb.ac.id

**SURAT KETERANGAN MELAKSANAKAN PENELITIAN**

No. 39 /UN50/FISIP/SOS/KM/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sujadmi, S.Sos., M.A.  
NIP : 198605152012122004  
Jabatan : Ketua Program Studi Sosiologi

dengan ini menerangkan bahwa, mahasiswa atas nama:

Nama : Rani Oktaviani  
Nim : 5011211048  
Program Studi : Sosiologi

benar sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) yang berjudul:

**Representasi Maskulinitas Dalam Iklan (Analisis Semiotika Iklan Rokok Magnum Filter Dji Sam Soe Menurut Roland Barthes)**

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Balunijuk,

Ketua Program Studi Sosiologi



Sujadmi, S.Sos., M.A.  
NIP. 198605152012122004

## Lampiran Kedua

### PEDOMAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan ini disusun untuk mengumpulkan data dari informan dalam rangka memperkuat analisis penelitian dengan judul REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN (Studi Komparasi terhadap Analisis Semiotika pada Iklan Rokok *Magnum Filter Dji Sam Soe* dan Iklan Rokok *U Mild* versi Ngantor Menurut Roland Barthes)

#### A. Identitas Informan

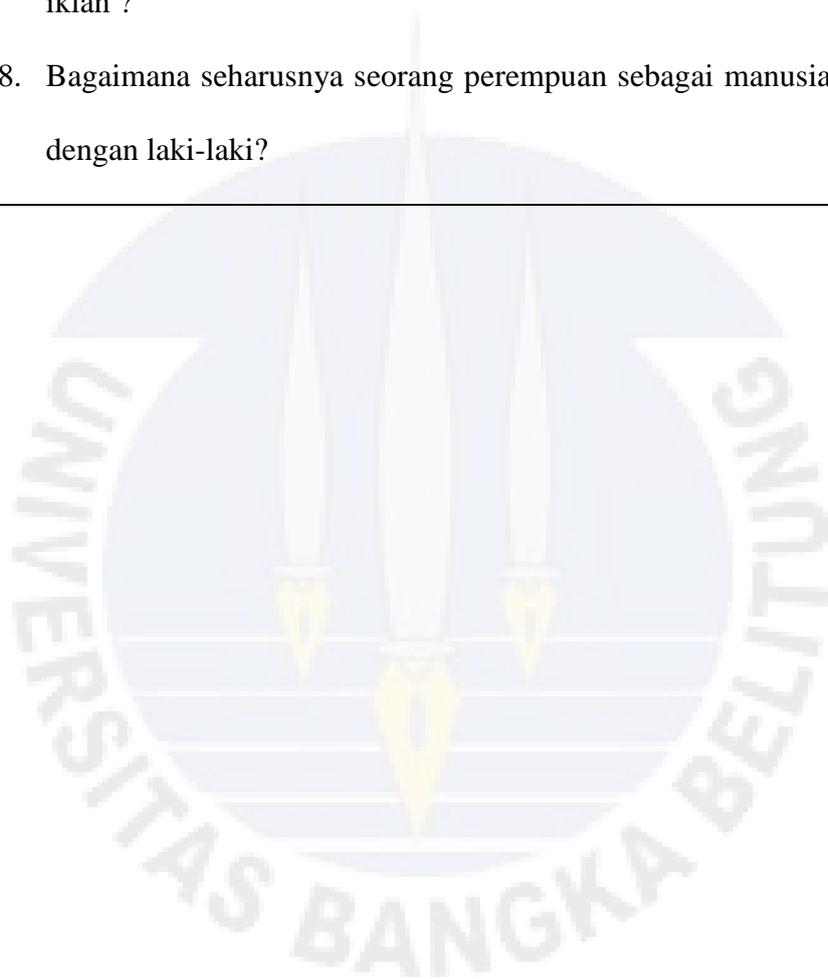
1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Pekerjaan :

#### B. Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana menurut anda sosok laki-laki yang ditampilkan pada kedua iklan ?
2. Apakah anda lebih menyukai sosok laki-laki pada iklan pertama atau pada iklan kedua?
3. Apakah alasan dari ketertarikan anda terkait sosok laki-laki yang ditampilkan ?
4. Tanda-tanda apakah di dalam iklan menurut anda yang mendukung citra maskulin yang disajikan pada kedua iklan tersebut ?
5. Bagaimana pandangan anda terkait citra maskulinitas yang digambarkan

pada kedua iklan ?

6. Bagaimana sifat dan karakter dari laki-laki maskulin seharusnya menurut anda ?
7. Bagaimana sosok perempuan yang mendampingi laki-laki dalam kedua iklan ?
8. Bagaimana seharusnya seorang perempuan sebagai manusia yang setara dengan laki-laki?



Lampiran Ketiga

**DAFTAR IDENTITAS INFORMAN**

No	Nama	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1.	AF	Laki-Laki	Mahasiswa
2.	EK	Laki-Laki	Mahasiswa
3.	M	Laki-Laki	Mahasiswa
4.	F	Laki-Laki	Mahasiswa
5.	KP	Laki-laki	Mahasiswa
6.	N	Perempuan	Karyawan Honorer
7.	WO	Perempuan	Karyawan
8.	TP	Perempuan	Karyawan
9.	DL	Perempuan	Mahasiswa dan Karyawan
10.	S	Perempuan	Mahasiswa dan Karyawan

Lampiran 4 :

## DOKUMENTASI



Wawancara Bersama Narasumber



Wawancara Bersama Narasumber

## Lampiran 5:



### KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

#### UPT BAHASA

Kampus Terpadu UBB, Gedung Traah, I Bala sija,  
Kec. Marawang Kab. Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172  
Telepon (0717) 4260035, Faksimile (0717) 421302  
Laman: www.ubb.ac.id

#### ABSTRACT

*RANI OKTIFLARI: 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 Vero Nigantio According to Roland Barthes). Supervised By Saripin and Sigitina.*

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 both 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 through YouTube. This research uses qualitative method with semiotic approach. The collection of data is conducted through observation and interview of 16 informants. The theory used to analyze is Semiotic theory by Roland Barthes. The meanings in those advertisements can be seen through three forms, they are linguistic message, iconic, and iconic that is not encoded with two levels of signs: denotative and connotative. Message which is gotten from the 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, masculine, responsible, able to admit and understanding. The advertisement of U Mild Vero Nigantio displays a different masculinities image from the previous one, which is dynamic, smart, unique and interesting. The result of this research indicated that there is 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 role 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 coming 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 feminity from the men itself.

*Keywords: Representation, Image, and Masculinities*

Head of UPT Bahasa

Niwah Kusniadi, S.T.P., M.Si.

Translator

Maya Sasilawati, S.Pd.

Lampiran 6 :

## GAMBAR IKLAN



Gambar Iklan *Magnum Filter Dji Sam Soe*



Gambar Iklan *U Mild versi Ngantor*

## Lampiran 7 :

### *Curriculum Vitae*



Peneliti adalah Rani Oktaviani bungsu dari 3 orang bersaudara yang lahir di Pangkalpinang pada tanggal 30 Oktober 1994 anak dari Ibu Ida Agustina (27 September 1971). Peneliti memiliki dua orang kakak, yakni Rosa Lina (16 April 1990) dan Imam Saputra (15 Desember 1992). Kami tinggal di Pangkalpinang, tepatnya di Jl. Yos Sudarso VII RT/RW 003/001 Kelurahan Gabek II Kecamatan Gabek. Status peneliti saat ini masih sendiri dan bahagia.

Pertama kali peneliti sekolah langsung pada tingkat Sekolah Dasar, yaitu SD Negeri 45 Pangkalpinang. Kemudian SMP Negeri 4 Pangkalpinang dan SMA Negeri 4 Pangkalpinang. Urutan tamat sekolah secara berturut-turut adalah 2006, 2009 dan 2012. Angka empat yang ada pada setiap sekolah yang peneliti pilih sampai saat ini masih membuat peneliti penasaran. Apakah ada makna dan hubungan dari angka empat tersebut dalam hidup peneliti selama ini, baik di masa dulu, sekarang dan yang akan datang. Ketika SMP peneliti mengikuti kegiatan *Marching Band*, pertama sebagai pemain *marching bell* namun kemudian beralih sebagai pemain pianika dan pada masa SMA peneliti mengikuti kegiatan pramuka dan beberapa kali mengikuti perkemahan. Kegiatan-kegiatan tersebut sungguh memberikan pengalaman luar biasa dalam hidup seorang Rani Oktaviani.

Masuk di UBB lewat jalur undangan adalah bagian terindah dalam hidup peneliti. Tentunya rasa terimakasih yang amat mendalam peneliti ucapkan kepada seluruh sekolah yang telah peneliti tempuh khususnya kepada Pak Eko selaku guru TIK di SMA yang telah banyak membantu dalam pendaftaran masuk ke UBB. Kepada seluruh rekan dan dosen FISIP UBB yang begitu menerapkan kekerabatan dalam masa perkuliahan. Sangat beruntung telah mengenal seluruh kolega di Jurusan Sosiologi FISIP UBB. Terimakasih dari lubuk hati yang terdalam.