

REPRESENTASI CITRA MASKULIN DALAM IKLAN-IKLAN PRODUK

ROKOK

(Analisis Semiotik Iklan Gudang Garam *International* Versi Ini Tentang menjadi seorang Pria, Djarum Super Versi *Adventure Rock Climbing*, Dji Sam Soe Versi *Wings*)



Disusun Oleh:

AMAR SADEWA

20050530053

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2012

SKRIPSI

Telah dipertahankan dan disahkan di depan tim penguji
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 6 Desember 2012
Ruang : Fotografi
Dengan Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua

Muria Endah S, S.IP. M.Si.

Penguji I

Penguji II

Tri Hastuti Nur R, S. Sos. M.Si.

Fajar Junaedi, S.Sos. M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (S-1)

Tanggal : 6 Desember 2012

Aswad Ishak ,S.IP., M.si.

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

KARYA INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK

Papa dan Bu'e

Matur nuwun pa atas kesabaran serta motivasinya selama ini, do'a bu'e menjelma menjadi semangat untuk ku

K2k dan Ndrai

Begitu banyak kisah, peristiwa dan pelajaran berharga yang aku dapatkan dari kalian yang membantuku untuk menjadi semakin dewasa...ahahahahay

My everlasting friends

Desem, Yunan, Ganjar, Hajar, Tutut, Bobby, Cemong, Bayu, Patuk, begitu banyak kisah tak terkira yang pernah kita lewati bersama. Semoga persahabatan kita tak kan lekang oleh waktu....syeeeeeeeeeh...!!!

Cakil, Bejix, siBon, Yudi, Fian, Ata, Uumbu, Panjul tak kan pernah kulupakan saat-saat kita bersama mengelilingi kota jogja di atas roda dua....cadaaaaass...!!!

Triman dan Tomas murid bilyardku yang semakin ora petha kolor...wkwkwkwk

siMed namamu membuat aku ingin mengasah potlot 2B hehehehe

Henri saya lulus sob...!!!

Mas Angkasa smash lebih keras lagi masss hahahaha

Feeta trims yak atas suportnya jeng

Mawar n Anggie terima kasih prend atas bantuan skripsinya

Anggota Sasana SM*SH Kiwo menempa fisik agar lebih....Brimooooooooob...!!!

Seluruh penghuni kontrakan Pak Heri (mas use, mas taji dll)

Dan untuk semua yang tak mampu kusebutkan satu persatu.....*Terima Kasih*

MOTTO

**“Tak Perlu Khawatir Dengan Air Mata, Karena Tawa Mampu
Menghapusnya”**

(Amar)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum Warahmattulahi Wabarakatuh...

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas segala hidayah, nikmat dan karunia yang senantiasa tak lelah Allah SWT curahkan. Sholawat serta salam teruntai selalu bagi Nabiullah Muhammad SAW sebagai panutan atas segala kebaikan.

Skripsi dengan judul “Representasi Citra Maskulin dalam iklan televisi rokok Gudang Garam *International* Versi Ini Tentang Menjadi Seorang Pria, Djarum Super Versi *Adventure Rock Climbing*, Dji Sam Soe Versi *Wings*” merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada :

1. Muria Endah S, S.IP, M.Si, yang telah dengan sabar membimbing sampai akhirnya skripsi ini selesai.
2. Tri Hastuti Nur R, S.Sos, M.Si, selaku penguji 1 atas koreksi dan masukannya.
3. Fajar Junaidi, S.Sos., M.Si. selaku penguji 2 yang telah memberikan kritik dan saran yang berharga pada karya ini
4. Seluruh civitas akademika UMY Khususnya Departemen Ilmu Komunikasi Atas Bantuannya.
5. seluruh keluarga besar saya yang telah banyak mendukung dalam proses pembuatan skripsi ini.

Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu Selama proses pengerjaan skripsi ini.

Tentunya skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, peneliti mohon maaf untuk segala kekurangan yang terdapat didalamnya dan mengharapkan adanya masukan bagi perbaikan

tulisan ini kedepannya nanti.semoga penelitian ini membawa manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, 6 Desember 2012

Peneliti

Amar Sadewa

DAFTAR ISI

	hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAKSI.....	x
ABSTRACTION.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9

D.	Manfaat Penelitian	10
	Manfaat Teoritis.....	10
	Manfaat Praktis.....	10
E.	Kerangka Teori.....	10
	Media dan Representasi.....	10
	Maskulinitas.....	14
	Maskulinitas Dalam Iklan Televisi	19
F.	Metode Penelitian.....	25
	Obyek penelitian.....	33
	Tehnik pengumpulan data.....	34
G.	Sistematika penulisan.....	34
BAB II	FENOMENA IKLAN ROKOK DI INDONESIA	36
A.	Regulasi Produk Rokok.....	36
B.	Promosi Rokok	58
BAB III	SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	50
A.	Simbol Fisik	56
B.	Simbol Sifat/Karakter.....	66
C.	Simbol Fashion.....	78
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	85
A.	Kesimpulan.....	85

B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Konotasi Masculinity dan Feministy.....	39
Tabel 2 Peta Tanda Roland Barthes.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Iklan Rokok Gudang Garam filter.....	9
Gambar 2	Iklan Rokok Djarum Super.....	9
Gambar 3	Iklan Rokok Dji Sam Soe.....	9
Gambar 4	Signifikasi Dua Tahap Barthes.....	30
Gambar 5	Sinopsis Iklan Gudang Garam.....	53
Gambar 6	Sinopsis Iklan Djarum Super.....	55
Gambar 7	Sinopsis Iklan Dji Sam Soe.....	56
Gambar 8	Hercules.....	63
Gambar 1.1	Scene 3, Shot 3.....	59
Gambar 1.2	Scene 3, Shot 11.....	59
Gambar 1.3	Scene 5, Shot 4.....	64
Gambar 2.1	Scene 2, Shot 9.....	68
Gambar 2.2	Scene 5, Shot 2.....	72
Gambar 2.3	Scene 2, Shot 5.....	72
Gambar 2.4	Scene 3, Shot 1.....	76

Gambar 3.1	Scene 2, Shot 1.....	80
Gambar 3.2	Scene 5, Shot 1.....	83

ABSTRAKSI

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Konsentrasi Advertising

Amar Sadewa (20050530053)

Judul : Representasi Citra Maskulin Dalam Iklan-Iklan Produk Rokok (Analisis Semiotika Representasi Citra Maskulin Dalam Iklan Gudang Garam International, Djarum Super Dan Dji Sam Soe)

Tahun : 2012 + 92 hal + 2 hal tabel + 17 hal gambar

Daftar Kepustakaan : 22 buku + 6 jurnal + 10 sumber online

Penelitian ini merupakan penelitian untuk melihat representasi citra maskulin dalam iklan-iklan produk rokok. Untuk itu penelitian difokuskan pada pencarian makna dibalik representasi iklan-iklan produk rokok yang mayoritas selama ini mempresentasikan laki-laki ideal. Sebagai bahan penelitian dipilih tiga iklan produk rokok dari televisi yaitu Gudang Garam *International* Versi Ini Tentang Menjadi Seorang Pria, Djarum Super Versi *Adventure Rock Climbing*, Dji Sam Soe Versi *Wings*.

Metode yang digunakan untuk menganalisis ketiga iklan ini adalah metode semiotika Roland Barthes yang menekankan bahwa teks verbal dan visual dalam iklan sebenarnya mempresentasikan nilai sosial, budaya dan ideologi dalam masyarakat. Oleh karena itu analisis ini mencakup pencarian dua makna, denotatif dan konotatif yang mampu menggali ideologi-ideologi yang tersembunyi dalam iklan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga iklan produk rokok yang diteliti mempresentasikan maskulinitas hegemonik dan dominasi budaya patriarki. Hal tersebut dapat terlihat dibalik tanda dalam visual iklan-iklan tersebut. Laki-laki ideal dalam iklan ini digambarkan dengan fisik yang kuat, wajah macho dan tampan. Sifat dan karakter maskulin seperti agresif, cerdas atau pandai dan tangguh. Serta beberapa simbol fashion yang mendukung maskulinitas seorang laki-laki seperti, kacamata hitam dan kaos *muscle shirt* yang mewakili maskulinitas, kebebasan dan jiwa *sporty* yang dimiliki laki-laki.

Kata Kunci : Semiotika + Representasi + Maskulinitas

ABSTRACTION

Muhammadiyah Yogyakarta University

Comunication and Political Science Faculty

Concertation Advertising

Amar Sadewa (20050530053)

Title : Representation of Masculine Image in The Advertisement of Cigarette Products (Semiotic Analysis Representation of Masculine Image in the Advertisement of Gudang Garam International, Dajrum Super and Dji Sam Soe)

Year : 2012 + 92 pages + 2 table pages + 17 image pages

References : 22 books + 6 journals + 10 website

This research is to see the representation of masculine imagery in cigarette product advertisement. For that study focused on search meaning behind the advertisement representation for cigarette products is present predominantly male ideal. A research material selected three of television advertising cigarette products are Gudang Garam International Pria Punya Selera version, Djarum Super Adventure Rock Climbing version, Dji Sam Soe Wings version.

The method used to analysis these three ads is Roland Barthes semiotic method, that emphasize verbal and visual text in the ads is actually presented the social, cultural and ideology society. There for, this analysis includes two meanings search denotation and connotation were able to explore the hidden ideologies in the advert

These result indicate that.the three advertising cigarette products are presented of hegemonic masculinity and cultural patriaki domination. It can be seen behind a sign in the visual advertisements. Ideal man in the advert is illustrated by the strong physical, macho and handsome face. The nature and character of the masculine as aggressive, smart, or clever and tough. As well as some symbol of fashion in favor of masculinity as a man, sun glasses and muscle shirt that represent masculinity freedom, sporty soul possessed man.

Key Words : Semiotic + Represntation + Masculinity