

# 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.**

## 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, Boby, Cemong, Bayu, Patuk, begitu banyak kisah tak terkira yang pernah kita lewati bersama. Semoga persahabatan kita tak kan lekang oleh waktu...syeeeeeeeh...!!!

Cakil, Bejix, siBon, Yudi, Fian, Ata, Umbu, 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

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

## 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

Maskulinitas.....	14
Maskulinitas Dalam Iklan Televisi .....	19
F. Metode Penelitian.....	25
Obyek penelitian.....	33
Tehnik pengumpulan data.....	34
G. Sistematika penulisan.....	34
<b>BAB II FENOMENA IKLAN ROKOK DI INDONESIA.....</b>	<b>36</b>
A. Regulasi Produk Rokok .....	36
B. Promosi Rokok .....	58
<b>BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A. Simbol Fisik .....	56
B. Simbol Sifat/Karakter.....	66
C. Simbol Fashion.....	78
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran .....	86
<b>DAFTAR BISTAKA</b>	<b>oo</b>



hal

## DAFTAR TABEL

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

hal

## 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**