

**“ ANALISIS SEMIOTIKA PADA MAKNA PESAN
MASKULINITAS SELEBRITI *ENDORSER* IKLAN *POND’S MAN*
ENERGY CHARGE FACE WASH”**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA
2016**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Reny Sutriana
NIM : 051203503125091
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Advertising (Periklanan)

Analisis Semiotika Pada Makna Pesan Maskulinitas Selebriti Endorser Iklan Pond's Man Energy Charge Face Wash

Jumlah halaman xiii + 90 halaman + vi lampiran

Bibliografi : 12 buku (2001-2015) : 3 Artikel Internet

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Analisis Semiotika Makna Pesan Maskullinitas Selebriti Endorser Iklan Ponds Man Energy Charge Face Wash.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis semiotika pada makna pesan maskulinitas selebriti *endorser iklan Pond's Man Energy Charge Face Wash* “ dengan penggunaan tanda-tanda verbal ataupun non verbal yang terdapat dalam iklan televisi.

Landasan teori yang digunakan yaitu Semiotika dengan teori Semiotika Roland Barthes yang menggunakan landasan konseptual Periklanan, Iklan televisi, makna pesan maskulinitas pada iklan pond's man, maskulinitas, maskulinitas dalam iklan, makna, *bahasa tubuh, selebrity endorser*, dan alur pemikiran.

Teknik analisis yang digunakan ooleh peneliti adalah kualitatif, dengan mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti kemudian menggunakan metode analisis yang dipakai oleh Roland Barthes yaitu model dua tahanan spesifikasi dalam melakukan penganalisan terhadap tanda.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pada iklan ini terdapat tanda-tanda yang merupakan makna pesan maskulinitas yang terdapat dalam Iklan Ponds Man Energy Carge Face Wash dengan penggunaan selebrity *endorser* Rio Dewanto.

Kata kunci : Semiotika Roland Barthes, makna pesan maskulinitas, Iklan Ponds Man Energy Carge Face Wash.

Pembimbing I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Pembimbing II : Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Reny Sutriana
NIM : 051203503125091
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Advertising

Semiotics Analysis On the Meaning of Masculinity PM Celebrity Endorser Ad
Man Energy Charge Pond's Face Wash
Number of pages xiii + 90 pages + vi attachment
Bibliografi: 12 books (2001-2015) : 3 Internet Article

ABSTRACT

This study entitled "Analysis of Semiotics Meaning Message Maskullinitas Celebrity Endorser rent Ponds Man Energy Charge Face Wash." This study aims to determine the semiotic analysis on the meaning of the message masculinity celebrity endorser ads Pond's Man Energy Charge Face Wash "with the use of signs verbal or non-verbal contained in television advertising.

The theoretical basis used is semiotics with Roland Barthes Semiotics theory that uses the conceptual underpinnings of Advertising, TV Advertising, the meaning of masculinity in advertising messages pond's man, masculinity, masculinity in advertising, meaning, body language, celebrity endorser, and this line of thought.

The analysis technique used oleh is a qualitative researcher, by collecting the necessary data in this study, the researchers then use the analysis method used by Roland Barthes is a model of two resistant specifications in doing analyzing the mark.

The results showed that in this ad, there are signs that the meaning of masculinity message contained in Ad Man Energy Carge Ponds Face Wash with the use of celebrity endorsers Rio Dewanto.

Keywords: Semiotics of Roland Barthes, the meaning of masculinity message, Ads Man Energy Carge Ponds Face Wash

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Analisis Semiotika Pada Makna Pesan Maskulinitas Iklan *Pond’s Man Energy Charge Face Wash*.”

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, motivasi, dan bimbingan baik berupa moral, spiritual, maupun material untuk menyelesaikan skripsi ini.

Ucapan terima kasih, penulis tujukan kepada kedua Orang Tua tercinta yang selalu memberikan motivasi dan menantikan keberhasilan penulis untuk memperoleh gelar sarjana dan juga nama-nama yang penulis cantumkan di bawah ini:

1. Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia sekaligus Dosen Pembimbing Satu dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Indah , S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Bertha Sinambela. S Sos,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Dua dalam penulisan skripsi ini.

4. Sandra Olifia, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis di Universitas Satya Negara Indonesia.
5. Untuk Kedua orang tua saya dan keluarga yang telah membantu dukungan, perhatiannya dan doa nya dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Penulis juga berterimakasih pada kekasih saya Aditya Rinaldi yang selalu memberi motivasi dan dorongan moril kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Penulis berterimakasih kepada Ibu Lisa Artini Staff *Marketing Skin Care* Pond's Institut yang telah membantu data dalam penelitian ini dan juga teman teman Informan saya Nadia, Daniel, Hendra, Ali, Aditya dan Danial dalam membantu penyelesaian skripsi ini.
8. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen-dosen FISIP, yang telah memberikan banyak Ilmu dari semester awal hingga sekarang.
9. Kawan-kawan seperjuangan . Mega, Dona, Hadi, Sylvi, Neneng, Oca, Susi, Ica Luxy, Grace juga mahasiswa angkatan genap Eva, Rika, Shinta, Febry, Eci, Wiwit, Doni dan mahasiswa FISIP Angkatan 2012 yang memberikan masukan dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.

Dalam penyusunan karya ilmiah ini, penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna baik dari segi isi maupun cara penulisan. Oleh karena itu dengan rendah hati, penulis menerima saran dan kritik yang sifatnya membangun dan bermanfaat agar menjadi koreksi penulis supaya lebih baik di kemudian hari.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Jakarta, 2016

Penulis



DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Lembar Pengesahan Skripsi	ii
Pernyataan Keaslian / Orisinalitas	iii
Tanda Persetujuan Sidang Skripsi	iv
Abstrak Indonesia	v
Abstrak Inggris	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
a. Manfaat Teoritis	6
b. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kerangka Teoritis	7
2.1.1. Teori Semiotika	7
2.1.2. Semiotika Roland Barthes.....	9
2.2. Landasan Konseptual	19
2.2.1. Periklanan	19
2.2.2. Iklan Televisi.....	21

2.2.3.	Makna pesan maskulinitas iklan Pond's Man	23
2.2.4.	Maskulin	24
2.2.5.	Maskulin dalam Iklan	25
2.2.6.	Makna	28
2.2.7.	Bahasa Tubuh	31
2.2.8.	Sebriti Endorser	34
2.3.	Alur Pemikiran	36
BAB III METODELOGI PENELITIAN		38
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.2.	Desain Penelitian	39
3.2.1.	Paradigma Penelitian	39
3.2.2.	Pendekatan Penelitian	40
3.2.3.	Metode Penelitian	40
3.2.4.	Sifat Penelitian	41
3.3.	Subyek dan Obyek Peneitian	41
a.	Subyek Penelitian	41
b.	Obyek Penelitian	41
3.4.	Key Informan dan Informan	42
3.5.	Definisi Konseptual	42
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	44
3.7.	Teknik Analaisis Data	46
3.8.	Teknik Keabsahan Data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Subjek Penelitian	49
4.1.1 Sejarah Perusahaan	49
4.1.2 Profile Produk Ponds Man	52
4.1.3 Deskripsi iklan Ponds Man Energy Charge FaceWash	54
4.1.3.1 Key Informan	55
4.1.3.2 Informan	55
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Scene adegan iklan <i>Pond's Man Energi Charge Face Wash</i> .	
4.2.2 Maskulinitas	57
4.2.3 Interpretasi tanda pada iklan <i>Ponds Man Energi Charge Face Wash</i>	59
4.3 Pembahasan	77
4.3.1 Interpretasi tanda melalui isi pesan pada Iklan Ponds Man Energy Charge face Wash	78
4.3.2 Pemaknaan konotasi, denotasi dan mitos dalam iklan Ponds Man Energy Charge Face Wash.....	80
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1 : Laki-laki sebagai sosok <i>Be a Sturdy Oak</i>	60
4.2 : Laki-laki sebagai pria macho	62
4.3 : Laki-laki sebagai sosok pria Metroseksual	64
4.4 : Laki-laki sebagai sosok pria pemberani dan agresi	67
4.5 : Laki-laki sebagai sosok pria <i>narcissists</i> dan <i>Flamboyant</i>	70
4.6 : Laki-laki sebagai sosok laki-laki sejati <i>No Sissy Stuff</i>	72
4.7 : Sosok laki-laki maskulin <i>Be a Big Wheel</i>	74
4.8 : Pesan Lingusitic	78
4.8 : Pesan Ikonik Terkodekan (Makna Konotasi).....	78
4.8 : Pesan Ikonik tak Terkodekan (Makna Denotasi).....	78