

**Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi
(Analisis Semiotika Dalam Iklan L-Men Gain Mass Versi Dream)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

Bagus Mause Yahya

051703503125057

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

2021

**Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi
(Analisis Semiotika Dalam Iklan L-Men Gain Mass Versi Dream)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh :

Bagus Mause Yahya

051703503125057

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

2021

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

PERNYATAAN KEASLIAN / ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Repesantasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi (Analisis Semiotika dalam Iklan L-Men Gain Mass Versi Dream) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Ilmu Komunikasi, baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



(Bagus Mausa Yahya)

051703503125057

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Bagus Mause Yahya

NIM : 051703503125057

JUDUL : Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi

(Analisis Semiotika Dalam Iklan L-Men Gain Mass Versi Dream)

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

Jakarta, 6 Agustus 2021

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I



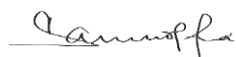
(Tarsani, M. Ikom)



(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

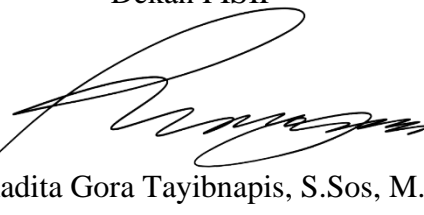
Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Sandra Olifia, M. Si)

Dekan FISIP



(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

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

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Bagus Mause Yahya

NIM : 051703503125057


JUDUL : Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi
(Analisis Semiotika Pada Iklan L-Men Gain Mass Versi Dream)

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 6 Agustus 2021

Menyetujui,

Ketua Penguji : Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M ()

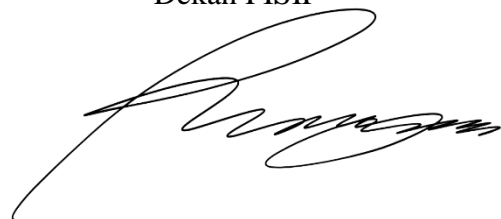
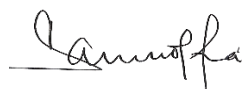
Anggota Penguji I : Drs. Solten Rajagukguk, MM ()

Anggota Penguji II : Helen Olivia, M.Ikom ()

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP



(Sandra Olifia, M. Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan anugrah-Nya yang berlimpah. Shalawat serta salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua mendapatkan shafa'atnya serta segala limpahan nikmat kekuatan, ketabahan yang telah diberi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi (Analisis Semiotika Dalam Iklan L-Men Gain Mass Versi Dream).

Skripsi ini merupakan tugas akhir perkuliahan penulis sebagai syarat guna mencapai gelar sarjana pendidikan Strata Satu (S-1) pada program studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Periklanan Universitas Satya Negara Indonesia (USNI).

Tentunya skripsi ini masih sangat jauh sempurna, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan, kritik serta saran yang membangun demi perbaikan kedepan. Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang tanpa itu semua kemungkinan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Merry L. Panjaitan, MM, MBA selaku rektor Universitas Satya Negara Indonesia.

2. Bapak Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Satya Negara Indonesia (USNI).
3. Ibu Sandra Olifia M.Si selaku ketua Program Studi FISIP Universitas Satya Negara Indonesia.
4. Dosen pembimbing I Skripsi, Bapak Dr. Radita Gora Tyaibnapis, MM.
5. Dosen pembimbing II Skripsi, Bapak Tarsani M.Ikom.
6. Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan dan nikmat berpikir dalam membuat penelitian ini.
7. Kepada Orang Tua, Bapak Dede Sumarto dan Ibu Ida Sri Listyawati tercinta yang sudah mendoakan, memberi motivasi serta support yang tiada henti kepada penulis. Mohon maaf yang sebesar besarnya atas penantiamu selama ini.
8. Kepada keluarga besar USNI dan FISIP USNI 2017 yang telah menyemangati saya sampai akhir skripsi selesai.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian Skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu peneliti mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya rekan-rekan mahasiswa/i Fakultas Ilmu Soaial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Bagus Mausa Yahya

NIM : 051703503125057

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

KONSENTRASI : Periklanan

Representasi Maskulinitas Pada Iklan Televisi

(Analisis Semiotika Dalam Iklan L-Men Gain Mass Versi Dream)

Bibliografi : 21 Buku

ABSTRAK

Iklan berfungsi sebagai sarana promosi untuk menawarkan barang dan jasa, mengalami perluasan menjadi alat untuk menciptakan makna simbolik melalui bahasa dan visualisasi pesan dalam iklan dimana menghasilkan sebuah iklan yang menyampaikan pesan komunikatif dan persuasif.

Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika Charles Sanders Peirce. Teori yang digunakan adalah Teori Representasi. Sedangkan, teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah dokumentasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Representasi makna Maskulinitas dalam iklan L-Men Gain Mass Versi Dream .

Hasil penelitian menunjukkan adalah maskulinitas identik dengan pria yang memiliki otot yang kekar, suka tantangan dan tidak takut mengambil resiko, pria yang menyukai olahraga serta gaya hidup sehat.

Kata Kunci : Iklan, Representasi Maskulinitas, Semiotika Charles Sanders Pierce

Pembimbing I : Dr. Radita Gora Tayibnapi, S.Sos, M.M

Pembimbing II : Tarsani, M.Ikom

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Bagus Mause Yahya

NIM : 051703503125057

STUDY PROGRAM : *Communication Studies*

SPECIALIZATION : *Advertising*

Representation of Masculinity in Television Advertising

(Analysis of Semiotics in the Dream Version of L-Men Gain Mass)

Bibliografi : 21 Book

ABSTRACT

Advertising serves as a means of promotion to offer goods and services, has expanded into a tool to create symbolic meaning through language and visualization of messages in advertising which produces an advertisement that conveys a communicative and persuasive message.

The researcher used descriptive qualitative research method with Charles Sanders Peirce's semiotic analysis approach. The theory used is Representation Theory. Meanwhile, the data collection technique that the researcher uses is documentation. The purpose of this study was to determine the representation of the meaning of masculinity in the L-Men Gain Mass Dream version advertisement.

The results showed that masculinity is identical to men who have strong muscles, like challenges and are not afraid to take risks, men who like sports and a healthy lifestyle.

Keywords : *Advertising, Representation of Masculinity, Semiotics Charles Sanders Peirce.*

Advisor I : Dr. Radita Gora Tayibnapi, S.Sos, M.M

Advisor II : Tarsani, M.Ikom