



UNIVERSITAS NASIONAL
REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN TELEVISI
POND'S MEN BRIGHT BOOST
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

SKRIPSI

AQILAH ANWAR

NPM. 203516516236

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
JAKARTA SELATAN



UNIVERSITAS NASIONAL

**THE REPRESENTATION OF MASKULINITY IN POND'S MEN
BRIGHT BOOST TELEVISION ADVERTISEMENT (A SEMIOTIC
ANALYSIS OF ROLAND BARTHES)**

THESIS

**This essay Submitted in full compliance with several requirements for a Bachelor's
Degree in Communication Sciences (S.I.Kom)**

AQILAH ANWAR

NPM. 203516516236

**COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM FACULTY OF
SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**

SOUTH JAKARTA

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN TELEVISI

POND'S MEN BRIGHT BOOST

(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

(S.I.Kom)

UNIVERSITAS NASIONAL

AQILAH ANWAR

NPM. 203516516236

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL

DAN POLITIK

JAKARTA SELATAN

2024

HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan

Nama : Aqilah Anwar

NPM : 203516516236

Judul : REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN TELEVISI
POND'S MEN BRIGHT BOOST

Menyatakan dengan **sesungguhnya** bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Jakarta 1 Agustus 2024

Yang membuat Pernyataan



Aqilah Anwar

UNIVERSITAS NASIONAL

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama Mahasiswa : AQILAH ANWAR
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516236
Konsentrasi : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : FISIP
Judul Skripsi : REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN TELEVISI POND'S MEN BRIGHT BOOST (ANALISIS SEMIOTIKAROLAND BARTHES)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

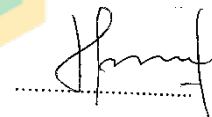
DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si.

Pembimbing : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Penguji : Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si.

Penguji :Yayu Swartini, S.Sos., M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 27 Agustus 2024



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aqiilah Anwar

NPM : 203516516423

Prodi : Ilmu Komunikasi / Periklanan

Judul Skripsi : “Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Ponds Men Bright Boost
(Analisis Semiotika Roland Barthes)”

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 11 September 2024

Dosen Pembimbing,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik,

Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : AQILAH ANWAR
NPM : 203516516236
Fakultas/Akademi : FISIP
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Tanggal Sidang : 21 Agustus 2024

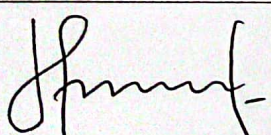
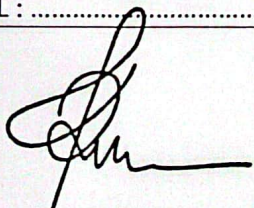
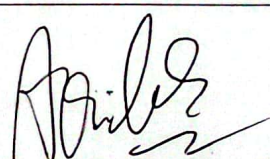
JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA :

REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN TELEVISI
(ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS :

REPRESENTATION OF MASCULINITY IN TELEVISION ADVERTISING
(ROLAND BARTHES SEMIOTIC ANALYSIS)

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 09-09-2024	TGL :	TGL : 10-09-2024
 SRI DESTI P		 -AQILAH ANWAR-



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIC JAKARTA

FORMULIR 4
PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AQILAH ANWAR
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516236
Jurusan : Periklanan
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM
IKLAN TELEVISI POND'S MEN BRIGHT
BOOST (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND
BARTHES)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 21 Agustus 2024 sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 27 Agustus 2024

Ketua Sidang Dr. Bhakti Nur Avianto, S.I.P., M.Si

Penguji I Yuyu Swartini, S.Sos., M.Si

Penguji II Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diajukan dan dinyatakan **LULUS**, halaman ini tidak dijilid.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan seluruh alam semesta dengan segala kehendak dan nikmatnya, nikmat iman, nikmat sehat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sampai akhir. Sholawat dan juga salam tak lupa dihaturkan kepada junjungan kita, Baginda Nabi besar Muhammad SAW yang telah menuntun umat dan menjadi panutan dari zaman dulu hingga kini.

Setelah melalui perjalanan yang cukup panjang diperkuliahan, sehingga kini penulis berhasil dalam menyelesaikan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Representasi Maskulinitas dalam Iklan Televisi Pond’s Men Bright Boost (Analisis Semiotika Roland Barthes)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Strata Satu (S1) di Universitas Nasional Jakarta.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan penyusunan karya ilmiah yang selanjutnya. Dalam proses penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan dan juga rintangan yang dilalui. Namun berkat dukungan serta doa banyak pihak skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Administrasi Umum dan Akademik,
4. Dr.(C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.AP Sebagai Wakil Dekan II Bidang Kemahasiswaan dan Administrasi Umum Universitas Nasional Jakarta
5. Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
6. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si Selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar dan berusaha selalu ada dalam memberikan arahan, kritik serta saran yang sangat membangun dalam proses pembuatan dan penyelesaian skripsi ini dengan baik.
7. Dwi Pharadillahh Rizon, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang telah membimbing penulis dari awal semester hingga saat ini.

8. Seluruh Staff dan Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional yang telah berperan penting dalam proses perkuliahan, memberikan ilmu serta wawasan dan pengalaman yang mempermudah pada masa studi
9. Kepada Orang Tua penulis yaitu, Ibu dan Ayah yang tiada hentinya memberikan doa, dukungan, semangat, dan memotivasi penulis baik secara moril dan materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Tante saya tercinta, yaitu Poppy Fathiyya Kamila yang senantiasa memberikan doa, dukungan ,semangat dan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Adik saya yaitu, Siti Raiqah Anwar yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Pacar saya, M. Haddad Azrie Firmansyah yang telah hadir di masa perkuliahan dan telah banyak membantu penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini .
13. Kepada Sahabat seperjuangan saya, Alisha Deviana, Richardo Pakhpahan, Auzi Anas , Diva Aisyah Steffany yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Kepada Kakak- Kakak saya Indira Dwi Lisyanita, Ledisri Gustrie dan Dhyhan Purnama Lestari yang selalu memberikan hiburan dan mejadi penyemangat di kala penulis merasa ingin berhenti, dan selalu menjadi inspirasi saat penulis mengerjakan skripsi ini.
15. Serta tidak lupa penulis juga mengucapkan terimakasih untuk semua pihak yang tidak tercantum satu persatu di skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar kiranya Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan dari semua pihak yang telah terlibat dalam proses pembuatan skripsi ini. Kiranya ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu khususnya dalam kajian Ilmu Komunikasi.

Jakarta, 1 Agustus 2024

Penulis

Aqilah Anwar

ABSTRAK

Nama : Aqilah Anwar
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Representasi Maskulinitas dalam Iklan Televisi Pond's
Men Bright Boost (Analisis Semiotika Roland Barthes)
Pembimbing : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi maskulinitas dalam iklan televisi Pond's Men Bright Boost menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Iklan televisi sebagai media komunikasi visual memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan nilai-nilai masyarakat, termasuk tentang konsep maskulinitas. Melalui analisis semiotika Roland Barthes, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana tanda-tanda visual dan teks dalam iklan Pond's Men Bright Boost membangun dan menyampaikan makna maskulinitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan pendekatan semiotika. Data utama yang dianalisis adalah iklan televisi Pond's Men Bright Boost. Analisis dilakukan dalam dua tahap, yaitu analisis denotatif yaitu untuk mengidentifikasi tanda-tanda visual dan teks yang muncul dalam iklan, serta analisis konotatif untuk mengeksplorasi makna mendalam yang dikandung oleh tanda-tanda tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Pond's Men Bright Boost mempresentasikan maskulinitas melalui berbagai elemen visual dan naratif, seperti penampilan fisik yang menarik, aktivitas yang maskulin, serta penekanan pada kesuksesan dan kepercayaan diri. Representasi tersebut mencerminkan nilai-nilai maskulinitas yang ideal dalam konteks budaya populer saat ini. Temuan ini mengungkapkan bagaimana iklan tersebut tidak hanya mempromosikan produk, tetapi juga berperan dalam membentuk dan memelihara standar maskulinitas dalam masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pemahaman mengenai representasi gender dalam media massa serta memperkaya kajian semiotika dalam konteks iklan komersial.

Kata Kunci : Representasi maskulinitas, iklan televisi, Pond's Men Bright Boost, Semiotika Roland Barthes

ABSTRACT

Nama : Aqiilah Anwar
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : The Representation Of Masculinity in Pond's Men Bright Boost Television Advertisement (A Semioic Analysis Of Roland Barthes)
Pembimbing : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

This study aims to analyze the representation of masculinity in the television advertisement of Pond's Men Bright Boost using Roland Barthes' semiotic approach. Television advertisements, as visual communication media, play a crucial role in shaping societal perceptions and values, including the concept of masculinity. Through Roland Barthes' semiotic analysis, this research explores how visual and textual signs in the Pond's Men Bright Boost advertisement construct and convey the meaning of masculinity. The method used in this research is qualitative analysis with a semiotic approach. The primary data analyzed is the Pond's Men Bright Boost television advertisement. The analysis is conducted in two stages: denotative analysis to identify the visual and textual signs that appear in the advertisement, and connotative analysis to explore the deeper meanings contained in these signs. The results show that the Pond's Men Bright Boost advertisement represents masculinity through various visual and narrative elements, such as attractive physical appearance, masculine activities, and an emphasis on success and confidence. This representation reflects the ideal values of masculinity in the context of current popular culture. These findings reveal how the advertisement not only promotes the product but also plays a role in shaping and maintaining standards of masculinity in society. This research is expected to contribute to the understanding of gender representation in mass media and enrich semiotic studies in the context of commercial advertising.

Keywords: masculinity representation, television advertisement, Pond's Men Bright Boost, Roland Barthes' semiotics

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENYATAAN ORISTITAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	i
1.1 LatarBelakang	i
1.2 Rumusan Masalah	v
1.3 Tujuan Penelitian.....	vi
1.4 Manfaat Penelitian.....	vi
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	vi
1.4.2. ManfaatPraktis.....	vi
1.5 Sistematika Penulisan.....	vi
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Representasi	13
2.2.2 Konsep Representasi.....	15
2.2.3 Iklan	16
2.2.4 Iklan Televisi	22
2.2.5 Maskulinitas.....	29
2.2.6 Semiotika	37
2.2.7 Semiotika Menurut Roland Barthes	38
2.3 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	40

3.1 Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Jenis Penelitian	40
3.3 Metode Penelitian.....	41
3.4 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian	43
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.6 Keabsahan Data	46
3.7 Penentuan Informan	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Pengumpulan Data	43
3.8.1 Observasi	48
3.8.2 Dokumentasi	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum	49
4.1.1 Profil Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk	50
4.1.2 Tujuan & Prinsip Perusahaan	51
4.1.3 Tata kelola usaha	53
4.2 Profil Produk Pond's Men.....	55
4.2.1 Produk Pond's Men Bright Boost.....	55
4.3 Penyajian Dan Analisis Data.....	56
4.4 Analisis Hasil Penelitian	67
4.4.1 Analisis Makna Denotatif Iklan Pond's Men Bright Boost.....	67
4.4.3 Mitos	74
4.5 Pembahasan.....	76
4.5.1 Identitas Maskulinitas Pria dalam Iklan Perawatan.....	76
4.5.2 Pria menjadi Objek Iklan Perawatan	79
4.5.3 Keseimbangan Antara Tradisi dan Modernitas dalam Iklan	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4. 1 Analisis Scene I	59
Tabel 4. 2 Analisis scene II.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Analisis Scene III.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Analisis scene IV	60
Tabel 4. 5 Analisis Scene V	61
Tabel 4. 6 Analisis Scene VI.....	63



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Produk Pond's Men	49
Gambar 4. 2 Logo Perusahaan PT Unilever Indonesia Tbk.....	50

