



**KOMODIFIKASI MASKULINITAS DALAM IKLAN
EXTRA JOSS VERSI LAKI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Program Studi Marketing Communication & Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Disusun Oleh:
YAN DUA EDMON

44307010011

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2011**



Bidang Studi Markom & Advertising

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : KOMODIFIKASI MASKULINITAS DALAM IKLAN TELEVISI (TVC) EXTRA JOSS VERSI LAKI (Analisis semiotika Roland Barthes)

Nama : Yan Dua Edmon

Nim : 44307010011

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Markom & Advertising

Jakarta, Juli 2011

UNIVERSITAS
Mengetahui,
Pembimbing
MERCU BUANA
[Handwritten signature]

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Bidang Studi Markom & Advertising

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR KELULUSAN SIDANG SKRIPSI

Judul : KOMODIFIKASI MASKULINITAS DALAM IKLAN TELEVISI (TVC) EXTRA JOSS VERSI LAKI (Analisis semiotika Roland Barthes)

Nama : Yan Dua Edmon

Nim : 44307010011

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Markom & Advertising

Jakarta, Juli 2011

1. Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

2. Pengaji Ahli

Dr. Farid Hamid, M.Si

3. Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



Bidang Studi Markom & Advertising

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Judul : KOMODIFIKASI MASKULINITAS DALAM IKLAN TELEVISI (TVC) EXTRA JOSS VERSI LAKI (Analisis semiotika Roland Barthes)

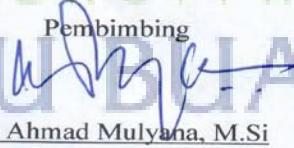
Nama : Yan Dua Edmon

Nim : 44307010011

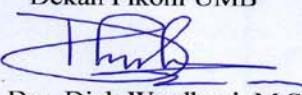
Fakultas : Ilmu Komunikasi

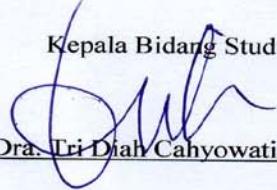
Program Studi : Markom & Advertising

Jakarta, Juli 2011

Disetujui dan diterima oleh:
Pembimbing

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

Mengetahui,

Dekan Fikom UMB

Dra. Diah Wardhani, M.Si

Kepala Bidang Studi

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, saya panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan nikmat dan hidayahnya yang tidak terbatas kepada saya, sehingga saya sebagai peneliti dan penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **KOMODIFIKASI MASKULINITAS DALAM IKLAN EXTRA JOSS VERSI LAKI (Analisis Semiotika Roland Barthes)** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, jurusan Marketing Communication & Advertising.

Peneliti menyadari bahwa materi dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena peneliti juga masih dalam tahap belajar. Terlepas dari hal itu, akhirnya peneliti bisa melewati kendala-kendala yang hadir setiap saat, kendala dan hambatan yang ada membuat peneliti lebih kuat dan semangat serta dijadikan sebuah pengalaman yang berguna untuk lebih giat menyelesaiannya. Dengan terselesaiannya skripsi ini merupakan sebuah titik awal untuk melangkah ke kehidupan masa depan yang lebih cerah sebagaimana yang dicita-citakan peneliti.

Dalam penulisan skripsi ini, didalam proses penggerjaannya peneliti tidak terlepas dari bantuan serta dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan, baik dari segi material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dari hati yang terdalam kepada semua pihak yang membantu:

1. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku dosen pebimbing yang dengan sabar meluangkan waktu untuk berdiskusi dengan peneliti dalam keadaan apapun (

terima kasih pak, pada saat sakit pun bapak masih sempat membimbing saya) serta segala ilmu yang telah diberikan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

2. Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si, selaku Ketua Jurusan Marketing Communication & Advertising, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Kepada kedua orang tuaku yang tercinta Bapak Salamoun AR dan Ibu Ida Yuliaty yang telah berkorban dan memberikan segalanya tanpa batas dan pamrih baik secara materil serta spiritual. Dan terima kasih untuk kedua kakakku Namika Ferida dan Sanda Meilia yang telah menjadi inspirasi dalam kehidupanku, bangga aku memiliki kalian semua.
4. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
5. Bapak Drs. Hardiyanto, M.Si, Ibu Santa Margareta Niken, S.Sos, M.Si, Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si, Bapak Fx Ridwan, Ibu Sri, Bapak Yayat Duriat, Ibu Berliani, Bapak Tri Juwono, Ibu Irene Irawaty, Ibu Farida, Bapak Adhtya, Bapak Sumanjaya, Bapak Utje Usman, Bapak Yudhi, Ibu Ira Purwitasari, Bapak Kundang, Ibu Ratih, Bapak Hary Hudaya, Ibu Yoyoh, Ibu Niken Purbasari, Bapak Sugiantoro. Bapak dan Ibu dosen pengajar jurusan Marketing Communication & Advertising yang telah memberikan ilmu yang

bermanfaat, pengalaman, serta tuntunan yang diberikan selama mengikuti perkuliahan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.

6. Teman-teman seperjuangan Markom & Advertising 2007: Gading, Ari, Anis Dahlan, Om Febri, Candra, Rio, Iyung, Sigit, Nisa, Woro, Kiki, Zairina, Handayani, Cecil, Meta, Vita, Retcy, Ismet, Fadian, Haryanto, Syahidal.
7. Fety Meilaily Khairunnisa, terima kasih untuk dukungannya setiap hari dan bantuannya untuk segera menyelesaikan skripsi. Dan juga keluarganya Bapak Ahmad Fauzi, Ibu Munbarwati, Feby Khairusidqi terima kasih untuk segala dukungannya.
8. Saudaraku di Skanking Circle, terima kasih untuk irama indah yang kau ciptakan setiap saat. Tetap semangat Ahmad Mahfud (Aput), Anis Dahlan, Rifky Afsari, Sapto purnomo, Denis Arwindra, M. Ardhy.
9. Fikom Photography Club (FPC), terima kasih sebesar-besarnya kepada saudaraku di FPC dari pendiri hingga angkatan sekarang. Disini tempat aku belajar dan mengenal Photography.
10. Komunitas Lintas Tangga, tempat dimana berkreasi secara bebas tanpa batasan terima kasih teman-teman, tetap berkarya tanpa batas!.
11. Tim Swatala dan Serangga Pusgiwa, Terima kasih untuk tempat indah tempat dimana bisa berbagi rasa senang maupun sedih setiap hari, terima kasih untuk

Indra Herbman, Bang Pelor, Bang Jibrut, Bang Jitot, bang Bule, Bang cingik, nja, seby, Umaga, Ipang, Firman, Galang, Nces, Ucil, Agil, Winda, Ratno, Beleg, Helda, Risa, Umaga, Ilong, Kalih, Audia Mustafa dkk.

12. Temen - temen Broadcast 2007 (Brother in kos), Ipung, Gunawan Boim, Iweng, Encek, Ipul, Ariel, Kamsi, Edy, Bony, Cule dan lain-lain. Trims Brother.

13. Alumni SDI Fatahillah Ciledug, SMPN 3 Tangerang, dan SMAN 29 Jakarta.

14. Dan untuk keluarga besar TU FIKOM UMB yang turut membantu dalam keperluan surat menyurat untuk penyelesaian skripsi.

15. Serta semua pihak yang yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung . Maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Peneliti menyadari betul bahwa banyak kekurangan dalam pembuatan skripsi ini, kerenanya peneliti membuka diri untuk segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini atau karya ilmiah lainnya. Peneliti berharap semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Amin.

Jakarta, Juli 2011

Yan Dua Edmon

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR KELULUSAN SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iv
SALAM	v
PERSEMBERAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Pokok Permasalahan	6
1.3	Tujuan Penelitian	6
1.4	Manfaat Penelitian	7
1.4.1	Manfaat Akademis	7
1.4.2	Manfaat Sosial	8
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
2.1	Iklan sebagai Pengelolaan Simbol	9
2.2	Semiotika sebagai sebuah kajian	12
2.3	Tanda Dan Simbol Dalam Iklan	18
2.4	Ideologi	23
2.5	Komodifikasi Dalam Iklan	25
2.6	Maskulinitas	28
2.7	Maskulinitas sebagai daya tarik dalam Iklan	38
BAB III	METODELOGI PENELITIAN	
3.1	Sifat penelitian	40
3.2	Metodelogi Penelitian	41
3.3	Metode Pengumpulan Data	43
3.3.1	Data Primer	43
3.3.2	Data sekunder	44
3.4	Definisi Konsep	44
3.5	Fokus Penelitian	45
3.6	Metode Analisis Data	46

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran umum objek penelitian48
4.1.1 Storyboard Iklan Televisi(TVC) Extra Joss Versi Laki	..50
4.1.2 Storyline Iklan Televisi(TVC) Extra Joss Versi Laki55
4.2 Hasil Penelitian56
4.3Pembahasan97

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan105
5.2 Saran107

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

Hal.

Tabel 2.1 Elemen-elemen Pengambilan Gambar	22
--	----



DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1 Peta Tanda Roland Barthes	16
Gambar 2.2 Tingkatan Tanda dan Makna Barthes	18
Gambar 2.3 Komponen-komponen Ideologi	23
Gambar 4.1 Peta Konsep Komodifikasi Maskulinitas Dalam Iklan Extra Joss Versi Laki	104

