



REPRESENTASI METROSEKSUAL DALAM IKLAN TELEVISI
PRODUK PERAWATAN WAJAH PRIA

(Studi Semiotika Iklan L'oreal Men Expert Versi Dome Pakorn Lam, Men's Biore
Versi Vino G. Bastian dan Gatsby Facial Wash Versi Christian Sugiono)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Disusun oleh :

FEBRI NURMALASARI

44306010021

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : REPRESENTASI METROSEKSUAL IKLAN TELEVISI
PERAWATAN WAJAH PRIA
(Studi Semiotika Iklan L'oreal Men Expert Versi Dome Pakorn Lam,
Men's Biore Versi Vino G. Bastian dan Gatsby Facial Wash Versi
Christian Sugiono)

Nama : Febri Nurmalasari

Nim : 44306010021

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, September 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(Ponco Budi Sulistyo, S. Sos, M. Comm)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : REPRESENTASI METROSEKSUAL IKLAN TELEVISI
PERAWATAN WAJAH PRIA
(Studi Semiotika Iklan L'oreal Men Expert Versi Dome Pakorn
Lam, Men's Biore Versi Vino G. Bastian dan Gatsby Facial Wash
Versi Christian Sugiono)

Nama : Febri Nurmalasari
Nim : 44306010021
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, September 2010

Ketua Sidang
(Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M. Si) : (.....)

Penguji Ahli
(Dr. Farid Hamid Umarella) : (.....)

Pembimbing
(Ponco Budi Sulistyo, S. Sos, M. Comm) : (.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : REPRESENTASI METROSEKSUAL IKLAN TELEVISI
PERAWATAN WAJAH PRIA
(Studi Semiotika Iklan L'oreal Men Expert Versi Dome Pakorn Lam,
Men's Biore Versi Vino G. Bastian dan Gatsby Facial Wash Versi
Christian Sugiono)

Nama : Febri Nurmalasari

Nim : 44306010021

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, September 2010

Pembimbing

(Ponco Budi Sulistyono, S. Sos, M. Comm)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M. Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si)

"You may say I am dreamer, but I am not the only one"

-John Lennon-

Skripsi ini aku persembahkan untuk

Orang - orang yang aku sayang dan menyayangi aku apa adanya

Mama, Papa, Kakak - Kakakku, Sahabatku dan

Die yang selalu ada di hati

"One day in your life, You'll remember the love you found here"

-Michael Jackson-

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan banyak kesempatan dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Representasi Metroseksual Iklan Produk Perawatan Kulit Wajah Pria (Studi Semiotika Iklan L'oreal Men Expert Versi Dome Pakorn Lam, Men's Biore Versi Vino G. Bastian dan Gatsby Facial Wash Versi Christian Sugiono).

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan studi bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Marketing Communication & Advertising, Universitas Mercu Buana Jakarta. Untuk meningkatkan kualitas dan peran serta mahasiswa dalam pembangunan nasional.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ponco Budi Sulistyono, S. Sos, M. Comm, selaku pembimbing skripsi yang telah memacu penulis untuk terus mempelajari banyak hal dalam menyelesaikan skripsi ini dan memberikan waktu serta ilmu – ilmunya.
2. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si, selaku Kepala Program Studi Marcomm. & Advertising yang telah menjadi layaknya seorang ibu bagi penulis di dunia perkuliahan ini.

3. Bapak DR. Farid Hamid, selaku dosen pembimbing akademik yang baik dalam membantu mahasiswanya menjalani masa – masa studi di Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Diah Wardhani selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
5. Dosen – dosen pengajar dan juga seluruh staff tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang sangat baik dalam memberikan pengetahuan serta melayani mahasiswanya.
6. Soeroto & Paryani (*my lovely parents*), Yusuf, Nurma & Bambang (*my lovely brother & sister*).
7. Sahabat – sahabat seperjuanganku di Marcomm. & Advertising 2006 Mutia, Nining, Sari, Irfan, Fanri, Indra, Agung, Cecep, Irul, Luki dan lainnya...yang telah memberikan warna, semangat serta inspirasi selama masa perkuliahan 4 tahun ini. *Keep fighting!!*
8. Sahabat – sahabatku Mira, Wina, Indri, Dini, Vicky, Indah, Ana. Kalian semua yang memacu saya untuk segera menyanggah gelar sarjana. *You're the great women guys!!*
9. Sahabat – sahabatku di Univ. Mercu Buana Mimi, Gatiar, Eka, Ka Sesil, Ka Chubby, Fajar, Inayah, Ichi, Faisal, Amo... *You're the best friend i ever had!!*
10. Keluarga besarku di Teater Amoeba terutama Bang Aldi, Bang Pepeng, Wawo dan Abid terima kasih atas semangat yang diberikan. Akhirnya kita bisa wisuda bersama!
11. Senior – senior yang sangat membantu atas masukan dan juga pengalamannya, Nindy, Oo, Ka Yuyun, Eka “robot”, Mba Novi dan Mba Iyang.

12. Adik – adik Marcomm. angkatan 2007 & 2008, terima kasih atas kerja sama serta dukungannya selama ini.
13. Die, Four village, Kugy dan Keenan yang memberikan titik cerah pada penulis.
14. Serta semua pihak yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri. Akhirnya penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dorongan dari semua pihak .

Jakarta, September 2010

Febri Nurmalasari

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
 BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
 BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Komunikasi Sebagai Penyampaian Pesan	
Melalui Tanda dan Makna.....	13
2.2 Semiotika Sebagai Sebuah Kajian Tanda dan Makna.....	15
2.3 Iklan Sebagai Susunan Tanda dan Makna.....	20
2.3.1 Penanda dan Petanda.....	23
2.3.3 Mitos.....	25
2.4 Ideologi Dalam Iklan.....	26

2.5 Representasi Metroseksual Dalam Iklan.....	29
2.5.1 Sejarah Metroseksual.....	31
2.5.2 Ciri – Ciri Metroseksual.....	32
2.5.3 Segmentasi dan Psikografis Metroseksual.....	39

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Tipe Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Definisi Konsep.....	45
3.4 Unit Analisis.....	46
3.5 Fokus Penelitian.....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6.1 Data Primer.....	47
3.6.2 Data Sekunder.....	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	48

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek.....	50
4.1.1 L’oreal Men Expert.....	50
4.1.2 Men’s Biore.....	51
4.1.3 Gatsby.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Analisis Iklan Televisi L’oreal Men Expert.....	54
4.2.1.1 Storyboard dan Storyline Iklan L’oreal.....	54
4.2.1.2 Pesan Linguistik.....	56
4.2.1.3 Pesan Ikonik Terkodekan.....	62
4.2.1.4 Pesan Ikonik Tak Terkodekan.....	80

4.2.2 Analisis Iklan Televisi Men's Biore.....	81
4.2.2.1 Storyboard dan Storyline Iklan Men's Biore.....	81
4.2.2.2 Pesan Linguistik.....	84
4.2.2.3 Pesan Ikonik Terkodekan.....	90
4.2.2.4 Pesan Ikonik Tak Terkodekan.....	103
4.2.3 Analisis Iklan Televisi Gatsby.....	104
4.2.3.1 Storyboard dan Storyline Gatsby Facial Wash.....	104
4.2.3.2 Pesan Linguistik.....	106
4.2.3.3 Pesan Ikonik Terkodekan.....	111
4.2.3.4 Pesan Ikonik Tak Terkodekan.....	123
4.3 Pembahasan.....	124

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN.....	132
5.1 Kesimpulan.....	132
5.2 Saran.....	133

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Unsur – Unsur Tanda Dalam Iklan.....	16
Tabel 2. Peta Tanda Barthes.....	22
Tabel 3. Penanda – Petanda dan Pola Hidup yang Berlaku.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Unsur Makna Pierce.....	21
Gambar 2. Dua Tatahan Pertandaan Barthes.....	22
Gambar 3. Storyboard Iklan L'oreal Men Expert.....	54
Gambar 4. Storyboard Iklan Men's Biore.....	82
Gambar 5. Storyboard Iklan Gatsby Facial Wash.....	104