



**PEMAKNAAN MASKULINITAS GLOBAL PADA IKLAN
TELEVISI KOMERSIAL (TVC)**

**(Analisis Semiotik Iklan Produk Khusus Pria: Rokok Gudang
Garam International versi *Bangkok Battle Drift* dan versi *Monaco
Drift*)**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**Ryan Adam
55215110050**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Ryan Adam
2. NIM : 55215110050
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
6. Judul : Pemaknaan Maskulinitas Global Pada Iklan Televisi Komersial (TVC) (Analisis Semiotik Iklan Produk Khusus Pria: Rokok Gudang Garam International versi *Bangkok Battle Drift* dan versi *Monaco Drift*)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 May 2017

Pembimbing

Dr. Elly Yulawati, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

1. Judul : Pemaknaan Maskulinitas Global Pada Iklan Televisi Komersial (TVC) (Analisis Semiotik Iklan Produk Khusus Pria: Rokok Gudang Garam International versi *Bangkok Battle Drift* dan versi *Monaco Drift*)
Nama : Ryan Adam
2. NIM : 55215110050
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
6. Tanggal : 2 Juni 2017

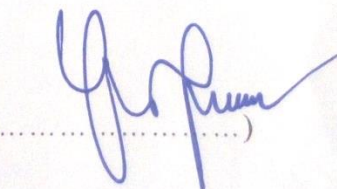
Jakarta, 2 Juni 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si
3. Pembimbing
Dr. Elly Yuliatwati, M.Si


(.....)


(.....)


(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

1. Judul : Pemaknaan Maskulinitas Global Pada Iklan Televisi Komersial (TVC) (Analisis Semiotik Iklan Produk Khusus Pria: Rokok Gudang Garam International versi *Bangkok Battle Drift* dan versi *Monaco Drift*)
Nama : Ryan Adam
2. NIM : 55215110050
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate & Marketing Communication
6. Tanggal : 2 Juni 2017

Jakarta, 2 Juni 2017

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

()

2. Penguji Ahli
Dr. Henni Gusfa, M.Si

()

3. Pembimbing
Dr. Elly Yuliatwati, M.Si

()

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pemaknaan Maskulinitas Global Pada Iklan Televisi
Komersial (TVC) (Analisis Semiotik Iklan Produk Khusus
Pria: Rokok Gudang Garam International versi *Bangkok
Battle Drift* dan versi *Monaco Drift*)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Ryan Adam

NIM : 55215110050

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 2 Juni 2017

Mengesahkan,

Pembimbing

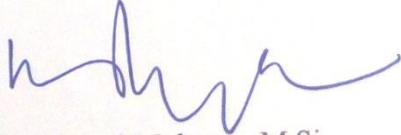

Dr. Elly Yuliani, M.Si

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pemaknaan Maskulinitas Global Pada Iklan Televisi
Komersial (TVC) (Analisis Semiotik Iklan Produk
Khusus Pria: Rokok Gudang Garam International
versi *Bangkok Battle Drift* dan versi *Monaco Drift*)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Ryan Adam

NIM : 55215110050

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 2 Juni 2017

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 May 2017



Ryan Adam

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan proposa tesis ini sebagai persembahan sebagai prasyarat mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Proposal tesis ini tidak akan berhasil terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari keluarga dan orang-orang terdekat. Dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih yang tidak dapat diungkapkan dalam kata-kata karena begitu besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberi bantuan dalam penelitian dan penyusunan proposal tesis ini:

1. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku dosen pembimbing tesis.
2. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi; Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
3. Seluruh dosen – dosen pengajar pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Tim Kreatif Iklan Gudang Garam International.

Akhir kata, semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan baik yang disengaja maupun tidak dari seluruh pihak yang telah membantu sejak awal perkuliahan hingga penyusunan proposal tesis ini menuju akhirnya. Semoga proposal tesis ini bermanfaat bagi pengembangan penelitian di bidang ilmu komunikasi, khususnya di Indonesia.

Peneliti



DAFTAR ISI

Cover	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 Penelitian Terdahulu	13
2.1.2 Kajian Teoritis	24
2.2 Kerangka Pemikiran	76
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	77
3.2 Metode Penelitian	82
3.3 Interpretatif	82
3.4 Teknik Pengumpulan Data	84
3.5 Teknik Analisa Data	84
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	90
3.7 Unit Analisis	90

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum PT. Gudang Garam. Tbk	92
4.1.1	Deskripsi Perusahaan	92
4.1.2	Brand Gudang Garam International	94
4.1.3	Sejarah PT Gudang Garam	95
4.1.4	Gudang Garam Saat Ini	96
4.1.5	Filosofi Perusahaan	97
4.2	Deskripsi Iklan	97
4.2.1	Deskripsi Iklan Gudang Garam International versi <i>Bangkok Battle Drift</i>	97
4.2.2	Deskripsi Iklan Gudang Garam International versi <i>Monaco Drift</i>	99
4.3	Analisa Dua Tahap	103
4.3.1	Analisis Dua Tahap Penandaan Iklan Gudang Garam International versi <i>Bankok Battle Drift</i>	103
4.3.2	Analisis Dua Tahap Penandaan Iklan Gudang Garam International versi <i>Monaco Drift</i>	109
4.4	Makna Maskulinitas Global Dalam Iklan	119
4.5	Reproduksi Ideologi Maskulinitas Melalui Iklan	121
4.6	Mitos Maskulinitas Dalam Iklan	130
4.7	Pembahasan	136

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	140
5.2	Saran	141
	Daftar Tabel	vi
	Daftar Gambar	vii
	Daftar Pustaka	viii
	Jurnal	xii

DAFTAR TABEL

Table 2.1	Matriks Penelitian Terdahulu	20
Table 2.2	Pembedaan antara men (laki-laki) dengan women (perempuan)	62
Table 2.3	Konotasi maskulinitas dan feminitas	63
Table 3.1	Penanda dan pemakna	85
Table 3.2	Peta Kerja Tanda Roland Barthes	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan mitos sebagai sistem semiotika tingkat pertama	49
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	81
Gambar 3.1	Peta Kerja Mitos Roland Barthes	88
Gambar 4.1	Logo Gudang Garam	92
Gambar 4.2	Logo Gudang Garam International	94
Gambar 4.2	Adegan 1 Gudang Garam International versi <i>Bangkok Battle Drift</i>	103
Gambar 4.3	Adegan 2 Gudang Garam International versi <i>Bangkok Battle Drift</i>	103
Gambar 4.4	Adegan 3 Gudang Garam International versi <i>Bangkok Battle Drift</i>	104
Gambar 4.5	Adegan 4 Gudang Garam International versi <i>Bangkok Battle Drift</i>	104
Gambar 4.6	Adegan 5 Gudang Garam International versi <i>Bangkok Battle Drift</i>	104
Gambar 4.7	Adegan 6 Gudang Garam International versi <i>Bangkok Battle Drift</i>	107
Gambar 4.8	Adegan 7 Gudang Garam International versi <i>Bangkok Battle Drift</i>	107
Gambar 4.9	Adegan 1 Gudang Garam International versi Monaco Drift	109
Gambar 4.10	Adegan 2 Gudang Garam International versi Monaco Drift	109
Gambar 4.11	Adegan 3 Gudang Garam International versi Monaco Drift	110
Gambar 4.12	Adegan 4 Gudang Garam International versi Monaco Drift	110
Gambar 4.13	Adegan 5 Gudang Garam International versi Monaco Drift	110
Gambar 4.14	Adegan 6 Gudang Garam International versi Monaco Drift	113
Gambar 4.15	Adegan 7 Gudang Garam International versi Monaco Drift	113
Gambar 4.16	Adegan 8 Gudang Garam International versi Monaco Drift	115
Gambar 4.17	Adegan 9 Gudang Garam International versi Monaco Drift	115

Gambar 4.18	Adegan 10 Gudang Garam International versi Monaco Drift	116
Gambar 4.19	Adegan 11 Gudang Garam International versi Monaco Drift	116
Gambar 4.20	Adegan 12 Gudang Garam International versi Monaco Drift	116
Gambar 4.21	Adegan 13 Gudang Garam International versi Monaco Drift	116
Gambar 4.22	Adegan 14 Gudang Garam International versi Monaco Drift	116

