



REPRESENTASI MASKULINITAS PADA WARNA DALAM IKLAN L-

Men WATER VERSI *BURNING STEP*

**(Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Visual Iklan Televisi L-Men
Water Versi *Burning Step*)**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

STEFANUS STENLY T

44312120077

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Stefanus Stanly T
NIM : 44312120077
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 Mei 2015



Stefanus Stanly T
44312120077

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI MASKULINITAS PADA WARNA DALAM IKLAN
L-Men WATER VERSI BURNING STEP
(Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Visual Iklan Televisi L-Men
Water Versi Burning Step)**

Nama : Stefanus Stenly T
NIM : 44312120077
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 09 Mei 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(Dadan Iskandar M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI MASKULINITAS PADA WARNA DALAM IKLAN
L-Men WATER VERSI BURNING STEP
(Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Visual Iklan Televisi L-Men
Water Versi Burning Step)**

Nama : Stefanus Stanly T
NIM : 4431210077
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta 7 Mei 2015

Ketua Sidang,
Dr. Yoyoh Herayyah, M.Si.

(.....)

Penguji Ahli,
Fani Fasta, M.Si

(.....)

Pembimbing I
Datlan Iskandar M.Si

(.....)

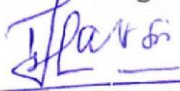
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **REPRESENTASI MASKULINITAS PADA WARNA DALAM IKLAN
L-Men WATER VERSI *BURNING STEP***
(Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Visual Iklan Televisi L-Men
Water Versi *Burning Step*)

Nama : Stefanus Stenly T
NIM : 44312120077
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Advertising & Marketing Communication

Jakarta, 09 Mei 2015
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



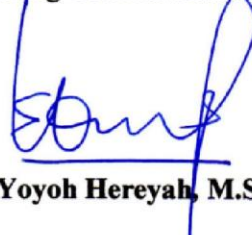
(Dadan Iskandar M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair M.Si.)

Ketua Bidang Studi Advertising &
Marketing Communication



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)



LEMAR PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

Q

No. Dokumen	040.751.4.30.00	Distribusi	All
-------------	-----------------	------------	-----

Nama Mahasiswa : Stefanus Stenly T
NIM : 44312120077
Bidang Studi : Advert & Marcomm
Tahun Akademik : Genap, 2014-2015

NO	NAMA PENGUJI	USULAN PERBAIKAN	HASIL PERBAIKAN	BAB/HALAMAN	TTD PERSETUJUAN PERBAIKAN
1	Feni Fasta, M.Si	Bab II Ditambahkan Mitos pada semiotikanya	Sudah diperbaiki	Bab II/hal. 47-49	
2	Feni Fasta, M.Si	Bab IV Diperbaiki	Sudah diperbaiki	Bab IV/hal.69-74	
3	Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si	Bab I perbaiki fokus penelitian,tujuan penelitian, alasan memilih iklan ini.	Sudah diperbaiki	Bab 1/hal. 6-9	
4	Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si	Bab III metode penelitian diperbaiki, unit analisis data diperbaiki	Sudah diperbaiki	Bab III/hal. 51-53	
5	Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si	Bab V diperbaiki	Sudah diperbaiki	babV/ hal. 78-80	
6	Dadan Iskandar, M.Si	Daftar Pustaka diperbaiki, Daftar riwayat hidup diperbaiki	Sudah diperbaiki	hal. 81-82, 83-84	
5	Dadan Iskandar, M.Si	Abstraksi diperbaiki	Sudah diperbaiki	hal. VIII	

Diperiksa & Disetujui

Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si
Ketua Sidang

Tanggal : Minggu, 11 Januari 2015

	SURAT PERJANJIAN REVISI SKRIPSI DAN PENYERAHAN ARTIKEL E-JURNAL FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI	
---	---	---

No. Dokumen	040.	Distribusi	All
Tgl. Efektif	7 Maret 2005		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Stefanus Stenly Triantoro
NIM : 44312120077
Bidang Studi : Advertising & Marcomm
Alamat Rumah : Jalan Swadaya I no.5 Rt.002 Rw.001
Duren Sawit Jakarta Timur
No. Telp : 081213144521

Berjanji akan menyelesaikan perbaikan skripsi dan menyerahkan artikel e-jurnal dalam bentuk soft copy selambat-lambatnya 2 minggu yaitu tanggal 12 Juni 2015. Jika sampai dengan tanggal tersebut saya belum menyerahkan perbaikan skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing I, Pembimbing II, Penguji Ahli, dan ketua Sidang, maka saya bersedia dikenakan saksi* :

- Pembatalan kelulusan sidang dan bersedia untuk melakukan sidang ulang
 Drop out karena telah habis masa studi

Demikian surat perjanjian ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Minggu 24 Mei 2015

Mengetahui,

Ketua Bidang Studi

(Dr Yoyoh Hereyah, M.Si)

Yang menyatakan



(Stefanus Stenly Triantoro)

FORMULIR DATA ALUMNI

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Stefanus Stenly Triantoro
Nama Panggilan : Stenly
NIM : 44312120077
Bidang Studi : Advertising & Marcomm Fakultas Ilmu Komunikasi
Tahun Masuk Kuliah : 2013
Tahun Lulus Kuliah : 2015
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 1 Juni 1987
Agama : Katholik
Alamat Rumah : Jalan Swadaya I No. 5 Rt. 002 Rw.001
Duren Sawit Jakarta Timur
HP : 081213144521/ 08158081964
Email : stefanusstanley1987@gmail.com

DATA PEKERJAAN

Bidang Pekerjaan : *Marketing Communication*
Jabatan di Perusahaan : *Supervisor* audio video
Terhitung Mulai : November 2011
Nama Perusahaan : PT Nutrifood Indonesia
Alamat Perusahaan : Jalan rawabali 2 no.3
Kawasan Industri Pulo Gadung Jakara Timur
Telp : 4605780

Jakarta, 3 Juni 2015



(Stefanus Stenly Triantoro)

KATA PENGANTAR

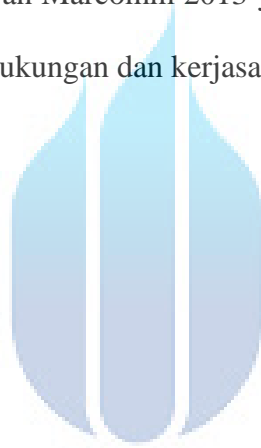
Segala Puji dan syukur penulis panjatkan ke pada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan segala berkat, karunia, nikmat, serta kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi “**REPRESENTASI MASKULINITAS PADA WARNA DALAM IKLAN L-Men WATER VERSI *BURNING STEP* (Analisa Semiotika Roland Barthes Pada Visual Iklan Televisi L-Men Water Versi *Burning Step*)**” dengan mengerahkan seluruh kemampuan yang penulis miliki.

Meskipun jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki banyak kekurangan, penulis tetap bangga dan merasa puas pada skripsi ini karena di dalamnya terdapat kerja keras dan doa dari orang tua dan saudara terkasih. Kesalahan dan kekurangan yang ada di dalam penelitian ini akan menjadikan motivasi untuk membuat penelitian yang lebih baik di kemudian hari.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah memberikan bantuan berupa bimbingan, petunjuk, dukungan, serta fasilitas. Oleh karena itu ucapan terima kasih diberikan kepada:

1. Dadan Iskandar, M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan kritik dan saran yang sangat membangun dalam penelitian ini.
2. Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si, selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Feni Fasta, M.Si selaku penguji ahli.
5. Dosen-dosen pengajar FIKOM Universitas Mercu Buana.
6. Sekretariat dan TU Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

7. Orang Tua serta keluarga tercinta yang selalu memberikan suportnya selama penulis mengerjakan skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman-teman Nutrifood divisi marcomm dan brand, yang selalu mendukung dan memberikan masukan kepada penulis.
9. Teman-teman dekat, , Abdul Manan, Argara Putra, Haripoekromo, Solihin Abdullah, Firmansyah, Sobirin, Eza, Sandy Hantoro, Rini dan teman-teman penulis lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan, Terima kasih telah menemani penulis baik suka maupun duka dan telah memberikan segala dukungan kapan pun saat penulis butuhkan.
10. Teman-teman Kelas Karyawan Marcomm 2013 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan dan kerjasamanya.



Jakarta, 09 Mei 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

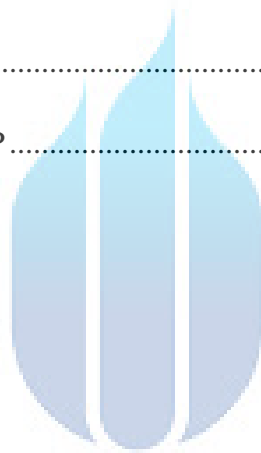
(Stefanus Stenly)

DAFTAR ISI

COVER.....	i
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 FOKUS PENELITIAN	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN	9
1.4.1 MANFAAT AKADEMIS.....	9
1.4.2 MANFAAT PRAKTIS	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 KOMUNIKASI	11
2.2 PERIKLANAN	13
2.3 Makna dan Tanda dalam Komunikasi	17
2.4 Komunikasi Sebagai Proses Simbolik	19

2.5 REPRESENTASI	23
2.6 WARNA	25
2.5.1 KOMPOSISI WARNA	25
2.5.2 ARTI WARNA DAN PENERAPANYA.....	26
2.5.3 WARNA KEKUASAAN	29
2.7 MASKULINITAS	30
2.8 IKLAN PADA MEDIA TELEVISI	34
2.9 SEMIOTIKA	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 Paradigma Penelitian	50
3.2 Metode Penelitian	51
3.3 Unit Analisis Data: TVC	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Subjek Penelitian	58
4.1.1 PT NUTRIFOOD INDONESIA.....	58
4.1.1.1 Sejarah dan Perkembangan PT Nutrifood Indonesia	58
4.1.1.2 Profil PT Nutrifood Indonesia	59
4.1.1.3 Visi, Misi, dan Budaya PT Nutrifood Indonesia	62
4.1.1.4 Merek dan Produk PT Nutrifood Indonesia	63
4.1.2 GAMBARAN UMUM BRAND L-Men	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Pesan linguistik	66
4.2.2 Pesan ikonik terkodekan	66
4.2.3 Pesan ikonik tak terkodekan	66

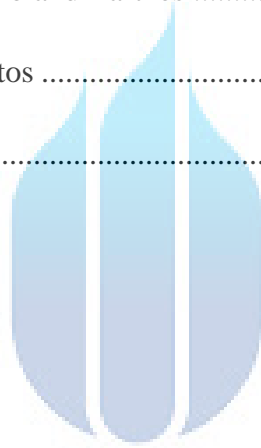
4.3 Analisis Semiotika Roland Barthes	67
4.3.1 Pesan Linguistik	68
4.3.2 Pesan Ikonik Terkodekan	70
4.3.3 Pesan Ikonik Tak Terkodekan	75
4.4 PEMBAHASAN	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 KESIMPULAN	78
5.2 SARAN	79
DAFTAR PUSTAKA	81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Warna Sebagai Identitas Budaya.....	27
Tabel 2 Warna Dalam Psikologis	28
Tabel 3 Warba Sebagai Daya Tarik.....	29
Tabel 4 Pertentangan Gender	32
Tabel 5 Adjectives Stereotypically Associated with me	33
Tabel 6 Kerangka Semiotika Roland Barthes	46
Tabel 7 Penanda, Petanda, Mitos	56
Tabel 8 Pesan Linguistik	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Frame TVC L-Men Water	54
Gambar 4.1 Logo Nutrifood	60
Gambar 4.2 Produk Nutrifood dan Berbagai Merek	63
Gambar 4.3 Logo L-Men.....	65
Gambar 4.4 TVC L-Men Water versi <i>Burning Step</i>	68
Gambar 4.5 Frame 1 TVC L-Men Water	69
Gambar 4.6 Frame 2 TVC L-Men Water	70
Gambar 4.7 Frame 3 TVC L-Men Water	72
Gambar 4.8 Frame 4 TVC L-Men Water	73