



SKRIPSI

**REPRESENTASI MASKULINITAS PADA IKLAN
BILLBOARD GUDANG GARAM INTERNATIONAL EDISI
2009 JAKARTA
(SEBUAH ANALISIS SEMIOTIKA)**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Komunikasi Visual

Disusun Oleh :

Nama : Kasuma Ramadona

NIM : 4440401-022

Jurusan : Komunikasi Visual

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta

2011



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Reprenstasi Maskulinitas Pada Iklan Billboard
Gudang Garam International Edisi 2009 Jakarta

Nama : Kasuma Ramadona

Nim : 4440401 - 022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Visual

Jakarta, 21 Maret 2011

Mengetahui,

Pembimbing

(Feni Fasta, SE, M. Si.)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Reprenstasi Maskulinitas Pada Iklan Billboard
Gudang Garam International Edisi 2009 Jakarta

Nama : Kasuma Ramadona

Nim : 4440401 - 022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Visual

Jakarta, Maret 2011

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing I

Feni Fasta, SE, M.Si

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Diah Wardhani, M.Si

Ketua Bidang Studi

Drs. Hardiyanto, M.Si.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR KELULUSAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Reprenstasi Maskulinitas Pada Iklan Billboard
Gudang Garam International Edisi 2009 Jakarta

Nama : Kasuma Ramadona

Nim : 4440401 - 022

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Komunikasi Visual

Jakarta, Maret 2011

1. Ketua Sidang
Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M.Si.

(.....)

2. Penguji Ahli
Drs. Riswandi, M. Si.

(.....)

3. Pembimbing I
Feni Fasta, SE, M.Si

(.....)

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya panjatkan terhadap Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas segala karunia yang telah Ia berikan. Kekuatan, nikmat sehat dan kekuatan serta kesabaran yang luar biasa telah diberikan-Nya kepada saya dalam menghadapi segala perjuangan, kegagalan, suka cita maupun duka yang saya hadapi dalam penulisan skripsi ini. Mudah-mudahan segala yang terjadi selama penulisan skripsi ini dapat menjadi pelajaran berharga bagi saya untuk menjadi manusia yang lebih sabar, kuat dan lebih baik dari sebelumnya.

Penelitian ini diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan dalam jenjang pendidikan Program Sarjana Ilmu Komunikasi FIKOM Universitas Mercu Buana. Saya memilih topik penelitian mengenai **“Representasi Maskulinitas Pada Iklan Billboard Gudang Garam International Edisi 2009 Jakarta”** (Sebuah Analisis Semiotika)

Dalam proses menyelesaikan Skripsi ini, tak pernah lepas dari bantuan orang-orang disekeliling penulis yang memberikan dorongan secara material dan spiritual. Terutama Kepada :

1. Dra. Diah Wardhani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Ibu Feny Fasta, SE, M.Si, selaku dosen Pembimbing I.
3. Ibu Ranti, S.Ds, selaku dosen Pembimbing II.
4. Ibu Dra. Tri Dhiah Cahyowati, M. Si, selaku ketua sidang akhir saya.
5. Bapak Drs. Riswandi, M. Si, selaku penguji sidang akhir saya.
6. Bapak Drs.Hardyanto, M.Si, selaku ketua bidang studi Komunikasi Visual.
7. Ibu Nurprapti W. Widyastuti, M.Si, selaku dosen Pembimbing Akademik.
8. Seluruh Dosen pengajar Komunikasi Visual dari semester satu hingga tujuh yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga bagi penulis.
9. Orangtua saya yang selalu memberikan bantuan dalam bentuk moril maupun materiil.
10. Ma Ela dan OmWisnu serta keluarga saya yang lain terima kasih atas motivasinya selama ini.
11. Yuanita Pratiwi untuk waktu, semangat dan motivasi yang diberikan untuk menyelesaikan Skripsi ini.

12. Kepada semua teman-teman Komunikasi Visual dan teman-teman jurusan lain serta yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, yang telah memberikan bantuan, Semangat, Motivasi, dalam menyelesaikan Skripsi ini.
13. Teman-teman yang sangat membantu saya Echo, Daniel, Aim, Yugo, Rizky, Deni, dan yang lainnya, atas bantuannya dalam proses pembuatan skripsi ini.
14. Kepada teman – teman band Blood of Heart.
15. Para staff TU FIKOM, mba Lila yang selalu membantu penulis dalam pembuatan surat-surat keperluan selama penulis masih menjadi mahasiswa.
16. Semua pihak yang telah berjasa dan luput dari ingatan, saya mohon maaf semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian semua.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, dan oleh karena itu kritikan maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan Skripsi ini. Akhir kata saya ucapkan Terima Kasih.

Jakarta, Maret 2011

(Kasuma Ramadona)

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Signifikansi Penelitian	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis	7
1.4.2. Kegunaan Praktis	7

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Makna Dan Tanda Dalam Komunikasi	8
2.2. Disain Visual Iklan	13
2.2.1. Disain Visual Iklan	13
2.2.2. Definisi Iklan	15
2.2.3. Fungsi Iklan	17
2.2.4. Media Iklan	18
2.2.5. Billboard Sebagai Media Iklan	18
2.2.6. Iklan Cetak	22
2.2.7. Kreativitas Iklan Cetak	24
2.3. Makna Visual Warna	27

2.4.	Tipografi	28
2.5.	Semiotika	29
2.5.1.	Charles Sanders Peirce	33
2.7.	Representasi	36
2.8.	Gender	37
2.8.1.	Maskulinitas	39
2.8.3.	Femininitas	40
2.9.	Maskulinitas Dalam Iklan / Media Billboard	41

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Tipe Penelitian	42
3.2.	Metodelogi Penelitian	43
3.3.	Unit Analisis	45
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.	Teknik Analisis Data	48

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1.	Sejarah Singkat Tentang PT Gudang Garam International	49
4.2.	Deskripsi Iklan Cetak Gudang Garam International	52
4.3.	Analisis dan Pembahasan Iklan Rokok Gudang Garam International	54
4.3.1.	Makna Tanda Iklan Tipe Ikon	55
4.3.2.	Makna Tanda Iklan Tipe Indeks	60
4.3.3.	Makna Tanda Iklan Tipe Simbol	63

4.3.4. Pembahasan dan Diskusi hasil analisa iklan rokok Gudang Garam International pada billboard edisi 2009 Jakarta	68
4.3.5. Analisis Paradigmatik iklan Billboard Gudang Garam International edisi 2009, Jakarta	70
4.3.6. Pembahasan	72

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76