

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “**Nilai-nilai Maskulinitas pada Iklan Rokok Gudang Garam International dan Surya Pro**” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penggerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Dr. Edwin M. B. Tambunan, S.I.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 2) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan juga pembimbing akademik penulis.
- 3) Dr. Rizaldi Parani, S.Sos., M.IR. dan Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom. selaku dosen penguji sidang skripsi
- 4) Dr. Benedictus A. Simangunsong, S.Ip., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada Penulis.
- 5) Jumadal Simamora, S.Sos., M.Ilkom. selaku koordinator Tugas Akhir yang selalu memberikan informasi-informasi kepada mahasiswanya.
- 6) Para dosen pengajar yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis.
- 7) Para staf administrasi yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
- 8) Orang tua penulis (Bapak Iskandar dan Ibu Lili Erina) yang selama ini sudah sekuat tenaga mendukung penulis baik berupa dukungan moril maupun dukungan materiil.
- 9) Adik saya Azzakhra Khoirunnisa yang telah menemani dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

- 10) Savira, teman satu bimbingan penulis yang telah lulus terlebih dahulu mendahului penulis.
- 11) Astrid, Gita, dan Gabby teman-teman penulis yang telah sangat banyak membantu, menyemangati, menasihati, dan mengingatkan penulis untuk tidak bermalas-malasan untuk mengerjakan skripsi.
- 12) Daffa, William, Kenneth, dan Yocha yang selalu mengingatkan penulis untuk bermain, bertemu, dan bermalas-malasan sehingga penulis sering lupa mengerjakan Tugas Akhir ini.
- 13) Fikri, Edgar, Adam, Dino, Ezy, Hans, Alm. Rezka, Indy, dan Dipo yang telah banyak meneman di saat penulis merasa kesulitan dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci, 21 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR ...	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Kegunaan Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Akademis	9
1.5.2 Kegunaan Sosial	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II OBJEK PENELITIAN	12
2.1. Objek Penelitian.....	12
2.1.1 PT Gudang Garam Tbk	12
2.1.2 Gudang Garam International	14
2.1.3 Gudang Garam Surya Pro	18
BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....	21
3.1 Komunikasi Massa	21

3.2. Media Digital	22
3.3. Youtube	23
3.4. Semiotika Roland Barthes	24
3.5 Gender.....	27
3.5.1 Identitas Gender	29
3.6 Konsep Maskulinitas.....	30
3.6.1 Metrosexual Sebagai Bentuk Maskulinitas Baru	32
3.7 Kerangka Penelitian	34
3.8 Penelitian Terdahulu (<i>State of the Art</i>)	35
BAB IV METODE PENELITIAN	37
4.1 Pendekatan Penelitian	37
4.2 Metode Penelitian	38
4.3 Unit Analisis	39
4.4 Metode Pengumpulan Data.....	40
4.5 Metode Analisis Data.....	42
4.6 Uji Keabsahan Data	44
BAB V HASIL PEMBAHASAN	46
5.1 Temuan Penelitian	46
5.1.1 Iklan Gudang Garam surya Pro	47
5.1.2 Iklan Gudang Garam International “Jungle”	54
5.2 Pembahasan	65
5.2.1. Bentuk Penggambaran Maskulinitas Pada Kedua Iklan	66
5.2.2. Nilai-nilai Maskulinitas Yang Terkandung Pada Kedua Iklan	72
BAB VI PENUTUP	76
6.1 Simpulan	76
6.2 Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR GAMBAR

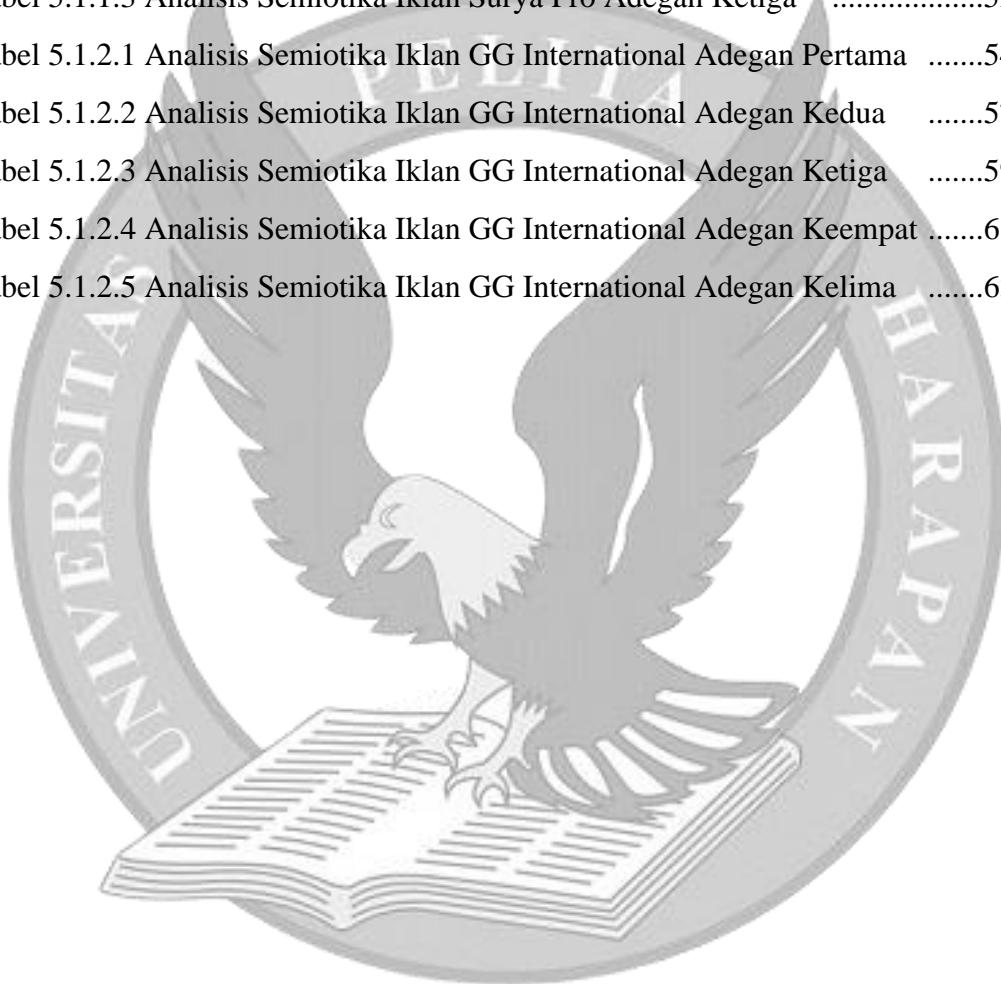
halaman

Gambar 1.1 Realisasi Penerimaan Negara dari Cukai Tembakau	1
Gambar 2.1.1.1 Logo Perusahaan gudang Garam	13
Gambar 2.1.2.1 Gudang Garam International.....	15
Gambar 2.1.2.2 Slogan Pria Punya Selera	16
Gambar 2.1.3.1 Gudang Garam Surya Pro	18
Gambar 2.1.3.2 Slogan <i>Never Quit</i>	19
Gambar 3.4.1 Peta tanda Roland Barthes	26
Gambar 3.6.1.1 Wujud Laki-laki Metroseksual	33
Gambar 3.7.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 5.1.1.1 Surya Pro Adegan Pertama 1	47
Gambar 5.1.1.2 Surya Pro Adegan Pertama 2	47
Gambar 5.1.1.3 Surya Pro Adegan Kedua	50
Gambar 5.1.1.4 Surya Pro Adegan Ketiga	52
Gambar 5.1.2.1 International Adegan Pertama 1	54
Gambar 5.1.2.2 International Adegan Pertama 2	55
Gambar 5.1.2.3 International Adegan Kedua 1	57
Gambar 5.1.2.4 International Adegan Kedua 2	57
Gambar 5.1.2.5 International Adegan Ketiga	59
Gambar 5.1.2.6 International Adegan Keempat	61
Gambar 5.1.2.7 International Adegan Kelima 1	63
Gambar 5.1.2.8 International Adegan Kelima 2	63

DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 5.1.1.1 Analisis Semiotika Iklan Surya Pro Adegan Pertama	47
Tabel 5.1.1.2 Analisis Semiotika Iklan Surya Pro Adegan Kedua	50
Tabel 5.1.1.3 Analisis Semiotika Iklan Surya Pro Adegan Ketiga	52
Tabel 5.1.2.1 Analisis Semiotika Iklan GG International Adegan Pertama	54
Tabel 5.1.2.2 Analisis Semiotika Iklan GG International Adegan Kedua	57
Tabel 5.1.2.3 Analisis Semiotika Iklan GG International Adegan Ketiga	59
Tabel 5.1.2.4 Analisis Semiotika Iklan GG International Adegan Keempat	61
Tabel 5.1.2.5 Analisis Semiotika Iklan GG International Adegan Kelima	63



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir..... A-1 - A-2

LAMPIRAN B

Gambar Adegan Iklan Gudang Garam Surya Pro B-1

Gambar Adegan Iklan Gudang Garam International..... B-4

Hasil Cek Turnitin B-11

