

**Makna Maskulinitas Dalam Iklan Rokok Gudang Garam Edisi  
Terbitnya Sang Surya:  
Analisis Semiotika Roland Barthes**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1**



**Oleh:**

**Aufa Umiyati**

**43218001**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PERADABAN**

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afa Umiyati

NIM : 43218001

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

### **Makna Maskulinitas dalam Iklan Rokok gudang Garam Edisi Terbitnya Sang Surya: Analisis Semiotika Roland Barthes**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah milik orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya terbukti tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan di kemudian hari.

Bumiayu, 01 Maret 2023

Saya yang menyatakan,



Afa Umiyati

NIM. 43218001

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

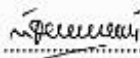
Judul : MAKNA MASKULINITAS DALAM IKLAN ROKOK  
GUDANG GARAM EDISI TERBITNYA SANG SURYA:  
ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Nama : Aufa Umiyati  
NIM : 43218001

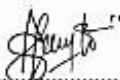
Skripsi ini telah dipertahankan dalam ujian pendaran pada: Senin, 13 Maret 2023, pukul: 09.30 s/d 10.30 WIB, bertempat di Lab Hubungan Internasional dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Selanjutnya Skripsi ini DITERIMA dan DISAIHKAN pada: 13 Maret 2023.

Dr. Ahmad Rifai Zen, S.Fil.I., M.Pd.I.  
NIDN. 0617088002

Pembimbing 

Ery Fajarwaty, P.S.S., M.A  
NIDN. 0607038503

Penguji 1 

Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos  
NIDN. 0624018903

Penguji 2 

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Peradaban



Rifqi Itsnani Yusuf, S.Hum., M.A  
NIDN. 0618098902

## **MOTTO**

*“Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya ”*

—Surah Al-Muddatstsir 38—

*“Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya sendiri untuk  
menemukanmu ”*

—Ali bin Abi Thalib—

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, serta jutaan nikmat yang salah satunya telah Allah berikan tiada henti membuat penulis senantiasa memanjatkan rasa syukur adalah karena dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Makna Maskulinitas dalam Iklan Rokok Gudang Garam Edisi Terbitnya Sang Surya: Analisis Semiotika Roland Barthes”. Dimana penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi dan menyelesaikan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tentunya penulis menghadapi kesulitan maupun berbagai hambatan di dalamnya. Serta masih banyak kekurangan dan kekeliruan yang perlu penulis perbaiki. Dengan terbuka penulis menerima kritik dan saran membangun terkait skripsi ini. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat, terutama bagi keluarga besar program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.

Bumiayu,

Aufa Umiyati  
NIM 43218001

## UCAPAN TERIMAKASIH

Begitu banyak doa, dukungan dan motivasi yang menjadikan kesulitan dan hambatan bisa terselesaikan dengan baik selama menyusun skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya atas banyaknya dukungan dan bimbingan yang diterima dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua peneliti, ibu Jumilah dan bapak Muslimin yang selalu mendoakan, mendukung dan menyokong setiap langkah yang peneliti ambil dalam menjalani segala hal dan selalu memberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Kakak Endah Lafiyani yang selalu memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.
2. Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si selaku Rektor Universitas Peradaban.
3. Bapak Rifqi Itsnaini Yusuf, S.Hum., M.A selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Peradaban.
4. Bapak Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban yang selalu memberikan dukungan, dorongan, hingga semangat dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ahmad Rifai, S.Fil.I., M.Pd.I. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini dengan segala dukungan dan kesabaran.

6. Ibu Ery Fajarwaty, P.S.S., M.A dan Bapak Aan Herdiana, S.Kom.I., M.Sos selaku dosen penguji pertama dan kedua yang telah memberikan arahan kepada peneliti dalam menyempurnakan skripsi ini.
7. Seluruh dosen serta staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama masa perkuliahan.
8. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Teman-teman seperjuangan Ilmu Komunikasi 2018 yang sudah mewarnai kehidupan perkuliahan peneliti dengan canda tawa yang ada, dan selalu memberikan semangat satu sama lain.
10. Para sahabat, Usnida Mubarokah dan Sifaul Asfiya yang selalu ada dan setia mendengarkah ocehan penulis, dan tidak lupa untuk menasihati penulis saat malas melanda.
11. Dan semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih sudah menjadi pengalaman terbaik bagi penulis.

Hanya doa baik yang dapat penulis panjatkan, semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak. Peneliti juga berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang Ilmu Komunikasi.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	I
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	II
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	III
MOTTO.....	IV
KATA PENGANTAR .....	V
UCAPAN TERIMAKASIH.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR .....	XII
ABSTRAK .....	XIII
<i>ABSTRACT</i> .....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
a) Manfaat Teoritis.....	5
b) Manfaat Praktis .....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KERANGKA KONSEP, TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Kerangka Konsep.....	9
2.1.1 Iklan.....	9
2.1.2 Komunikasi Periklanan .....	11
2.1.3 Rokok dalam Iklan .....	13
2.1.4 Maskulinitas dalam Media .....	14
2.2 Kerangka Teori.....	16
2.2.1 Semiotika.....	16
2.2.2 Semiotika Roland Barthes.....	17
a. Charles Sanders Peirce .....	24
b. Ferdinand de Saussure.....	25



c. Louis Hjelmslev .....	26
2.2.3 Maskulinitas .....	27
2.2.4 Teori Dominasi Maskulin Pierre Bourdieu .....	30
a. Habitus.....	30
b. Field.....	32
c. Modal ( <i>Capital</i> ).....	33
2.2.5 Teori Five Major Codes Roland Barthes .....	34
a) Hermeneutik.....	35
b) Semik .....	35
c) Proairetik.....	36
d) Simbolik.....	36
e) Gnomik.....	37
2.3 Tinjauan Pustaka .....	37
2.4 Kerangka Pemikiran.....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.3.1 Data Primer .....	46
3.3.2 Data Sekunder .....	47
3.4 Populasi dan Sampel .....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1 Observasi Online.....	49
3.5.2 Dokumentasi .....	51
3.6 Teknik Validasi Data.....	52
3.7 Teknik Analisis Data.....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Deskripsi Data.....	55
4.1.1 Hasil Penelitian .....	55
4.2 Pembahasan.....	61
4.2.1 Habitus .....	62

4.2.2 Field (Ranah).....	64
4.2.3 Modal (Capital) .....	67
4.2.5 Analisis Teks Menggunakan Five Major Codes Barthes .....	69
1) Kode Hermeneutik.....	70
2) Kode Semik.....	71
3) Kode Proairetik.....	73
4) Kode Simbolik .....	73
5) Kode Gnomik.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	76
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran.....	77

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.3.1.1 .....	39
---------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 .....	3
Gambar 1.1.2 .....	4
Gambar 2.2.2.1 .....	19
Gambar 2.2.2.2 .....	20
Gambar 2.2.2.3 .....	20
Gambar 2.2.2.4 .....	21
Gambar 2.2.2.5 .....	22
Gambar 2.4.1 .....	42
Gambar 4.1.1.1 .....	56
Gambar 4.1.1.2 .....	57
Gambar 4.1.1.3 .....	57
Gambar 4.1.1.4 .....	58
Gambar 4.1.1.5 .....	59
Gambar 4.1.1.6 .....	59
Gambar 4.2.1.1 .....	62
Gambar 4.2.2.1 .....	64
Gambar 4.2.3.1 .....	67

## ABSTRAK

Penelitian ini menggali tanda-tanda yang merepresentasikan maskulinitas dalam iklan rokok gudang garam Edisi Terbitnya Sang Surya. Penelitian ini menggunakan teori dominasi maskulin milik Pierre Bourdieu, teori semiotika dan teori *five major codes* milik Roland Barthes sebagai teori pendukung dalam analisis teksnya. Penelitian ini menggunakan teori dominasi maskulin untuk menganalisis habitus, field dan capital. Dan menggunakan teori semiotika Roland Barthes untuk menganalisis kode denotasi, konotasi dan mitos yang didapatkan dari video iklan rokok gudang garam sebagai subjek utama penelitian dan menganalisis teks dengan membedah teks iklan menggunakan teori five major yang terdiri atas 5 bagian yakni hermeneutik, proairetik, semik, simbolik dan gnomik. Hasil penelitian ini adalah ditemukannya representasi maskulinitas dalam beberapa scene pada iklan ini, iklan Rokok Gudang Garam Edisi Terbitnya Sang Surya merepresentasikan nilai maskulinitas dengan penggambaran sosok laki-laki membuktikan kemaskulinitasnya menggunakan homologi, pertaruhan field dan penggambaran kesuksesan dan kekayaan sebagai pembuktian sifat maskulin.

Kata Kunci: Iklan, Rokok, Semiotika Roland Barthes, Dominasi Maskulin, *Five Major Codes*

## **ABSTRACT**

*This research explore the signs that represent masculinity in the Gudang Garam Cigarette Advertisement of The Sun's Rising Edition. This study uses the theory of masculine dominance belonging to Pierre Bourdieu, the theory of semiotics and the theory of Roland Barthes's five major codes as supporting theories in the analysis of the text. This study uses the theory of masculine domination to analyze habitus, field and capital. And using Roland Barthes's semiotic theory to analyze the denotation, connotation and myth codes obtained from the Gudang Garam cigarette advertisement video as the main subject of the research and analyze the text by dissecting the advertising text using the five major theory which consists of 5 parts namely hermeneutic, proairetic, semimic, symbolic and gnostic. The results of this research are the finding of representations of masculinity in several scenes in this advertisement, the Gudang Garam Cigarettes advertisement of The Sun's Rising Edition represents the value of masculinity by depicting a male figure proving his masculinity using homology, field betting and depictions of success and wealth as proof of masculinity.*

*Keywords: Advertising, Cigarettes, Roland Barthes Semiotics, Masculine Domination, Five Major Codes*