

**REPRESENTASI MASKULINITAS DI INDONESIA MELALUI  
IKLAN TVC EXTRAJOSS**



**SKRIPSI**

**MALVIN DARMAWAN**

**0000030840**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**REPRESENTASI MASKULINITAS DI INDONESIA MELALUI  
IKLAN TVC EXTRAJOSS**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**MALVIN DARMAWAN**

**0000030840**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

**i**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Malvin Darmawan  
NIM : 00000030840  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

**“Representasi Maskulinitas di Indonesia Melalui Iklan TVC ExtraJoss”**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 5 Desember 2023



(Malvin Darmawan)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Representasi Maskulinitas di Indonesia Melalui Iklan TVC ExtraJoss**

Oleh

Nama : Malvin Darmawan

NIM : 00000030840

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

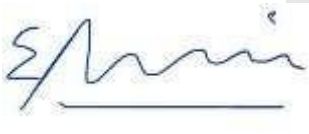
Telah diujikan pada hari Rabu., 20, Desember, 2023

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

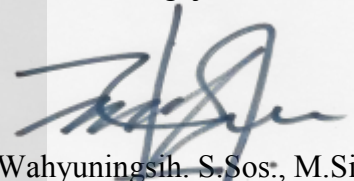
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



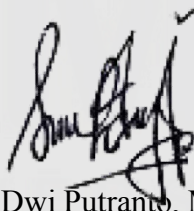
Dr. Endah Murwani, M.Si.  
0327066402

Penguji



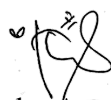
Dr. Wahyuningsih, S.Sos., M.Si.  
0330067401

Pembimbing



Dr. Teguh Dwi Putranto, M.Med.Kom.  
0302108907

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Malvin Darmawan  
NIM : 00000030840  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang : S1  
Judul Karya Ilmiah :  
Representasi Maskulinitas di Indonesia Melalui Iklan TVC ExtraJoss

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **Representasi Maskulinitas di Indonesia Melalui Iklan TVC ExtraJoss**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan Skripsi selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 5 Desember 2023



(Malvin Darmawan)

\*\* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kasihnya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Selama proses penyusunan skripsi, penulis telah melakukan dan berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik dalam proses pengerjaan skripsi sampai selesai. Dalam kesempatan ini, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membimbing dan berkontribusi kepada penulis sehingga pelaksanaan skripsi dapat dilakukan hingga selesai, di antaranya:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Teguh Dwi Putranto, M.Med.Kom, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Natasya Sherin Putri Salim yang selalu mendukung dan memotivasi penulis untuk melakukan praktik kerja magang dengan maksimal.

Harapan penulis terhadap karya ilmiah yang telah disusun ini dapat menjadimanfaat bagi kerabat dan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 5 Desember 2023



(Malvin Darmawan)

# **REPRESENTASI MASKULINITAS DI INDONESIA MELALUI IKLAN TVC EXTRAJOSS**

(Malvin Darmawan)

## **ABSTRAK**

Video iklan yang digunakan oleh peneliti merupakan bentuk representasi yang menampilkan realitas yang terjadi dalam kehidupan masyarakat Indonesia. salah satu bentuk realitas tersebut adalah konsep maskulinitas yang terjadi dalam masyarakat. Konsep maskulinitas secara singkat dapat diartikan sebagai konsep yang dijalankan berdasarkan norma, standar serta idealisme dari sifat dan perilaku seorang pria. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui representasi konsep maskulinitas seorang pria dalam tiga video iklan milik ExtraJoss. Pendekatan yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode semiotika John Fiske yang dibagi kedalam tiga level yaitu realitas, representasi dan ideologi serta paradigma konstruktivi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa dari ketiga video iklan ExtraJoss menunjukkan bahwa terdapat representasi maskulinitas seorang pria yang terjadi pada beberapa pemeran serta untuk menjadi seorang maskulinitas terdapat perbedaan norma yang terkandung dari ketiga video ExtraJoss dan disesuaikan berdasarkan konsep maskulinitas yang ada pada era tersebut.

Kata kunci: John Fiske, Maskulinitas, Representasi, Semiotika.

# REPRESENTATION OF MASCULINITY IN INDONESIA THROUGH EXTRAJOSS TVC ADVERTISING

(Malvin Darmawan)

## ***ABSTRACT***

*The advertising video used by researchers is a form of representation that shows the reality that occurs in the lives of Indonesian people. One form of this reality is the concept of masculinity that occurs in society. The concept of masculinity can be briefly interpreted as a concept that is based on norms, standards and ideals of a man's character and behavior. In this study, researchers wanted to know the representation of the concept of male masculinity in three advertising videos belonging to ExtraJoss. The approach taken is descriptive qualitative using John Fiske's semiotic method which is divided into three levels, namely reality, representation and ideology as well as the constructivist paradigm. The results of the research explain that the three ExtraJoss advertising videos show that there is a representation of a man's masculinity that occurs in several actors and that to become a masculinity there are different norms contained in the three ExtraJoss videos and they are adjusted based on the concept of masculinity that existed in that era.*

***Keywords:*** John Fiske, Masculinity, Representation, Semiotics.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5.1 Kegunaan Akademis .....	10
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	10
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan .....	16
2.2.1 Semiotika.....	17
2.2.2 Maskulinitas .....	18
2.3 Alur Penelitian.....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	26
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	26

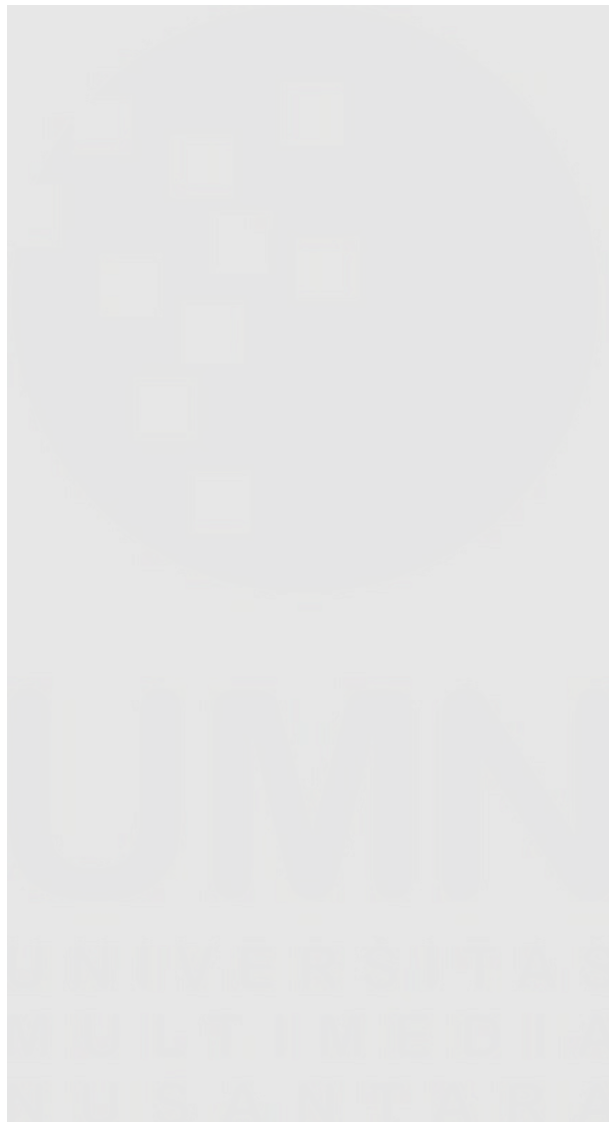
3.3 Metode Penelitian.....	27
3.4 Unit Analisis.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6 Keabsahan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Subjek/Objek Penelitian.....	37
4.2 Hasil Penelitian .....	40
4.2.1 Level Realitas (Video Pertama, Kedua, Ketiga) .....	41
4.2.2 Level Representasi (Video Pertama, Kedua, Ketiga) .....	53
4.2.3 Level Ideologi (Video Pertama, Kedua, Ketiga) .....	64
4.3 Pembahasan.....	72
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
5.1 Simpulan.....	76
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Saran Akademis.....	76
5.2.2 Saran Praktis.....	77
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu...	11
Tabel 3.1 Level Semiotika John Fiske .....	28
Tabel 3.2 Tanda Non Verbal Dan pemaknaan...	30
Tabel 3.3 Tanda Non Verbal Dan pemaknaan...	31
Tabel 3.4 Teknik Pengambilan Gambar dan Pemaknaan .....	32
Tabel 3.5 Pencahayaan dan pemaknaan .....	33
Tabel 4.1 Level Realitas Video Pertama, Kedua dan Ketiga .....	43
Tabel 4.2 Deskripsi dan Perbandingan Level Realitas.....	46
Tabel 4.3 Level Representasi Video Pertama, Kedua dan Ketiga.....	55
Tabel 4.4 Deskripsi dan Perbandingan level Representasi.....	57
Tabel 4.5 Level Ideologi Video Pertama, Kedua dan Ketiga.....	66
Tabel 4.6 Deskripsi Perbandingan Level Ideologi .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Minuman Penambah Tenaga.....	8
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Iklan Extra Joss "Rap" (1999).....	37
Gambar 4.2 Iklan Extra Joss "jamrud" (2000).....	38
Gambar 4.3 Iklan Extra Joss: Laki Berani Beda" (2022).....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Turnitin .....	81
Lampiran 2 Daftar Gambar Video.....	82
Lampiran 3 Formulir Konsultasi Skripsi.....	87

