

**SEMIOTIKA UMBERTO ECO TERHADAP
REPRESENTASI MASKULINITAS JEFRI NICHOL DALAM
IKLAN VIVO INDONESIA #FOREVERYFANTASY
DI INSTAGRAM**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Pinky Laurensia Wijaya

00000044185

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

TANGERANG

2024

**SEMIOTIKA UMBERTO ECO TERHADAP
REPRESENTASI MASKULINITAS JEFRI NICHOL DALAM
IKLAN VIVO INDONESIA #FOREVERYFANTASY
DI INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pinky Laurensia Wijaya

00000044185

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Pinky Laurensia Wijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044185

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“Semiotika Umberto Eco Terhadap Representasi Maskulinitas Jefri Nichol Dalam Iklan VIVO Indonesia #ForEveryFantasy Di Instagram”

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 29 Mei 2024


(Pinky Laurensia Wijaya)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**SEMIOTIKA UMBERTO ECO TERHADAP
REPRESENTASI MASKULINITAS JEFRI NICHOL DALAM
IKLAN VIVO INDONESIA #FOREVERYFANTASY DI INSTAGRAM**

Oleh

Nama : Pinky Laurensia Wijaya
NIM : 00000044185
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 29 Mei 2024

Pembimbing



Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2024.05.30
10:54:31 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN: 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.05.30
15:10:22 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN: 030478404

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**SEMIOTIKA UMBERTO ECO TERHADAP
REPRESENTASI MASKULINITAS JEFRI NICHOL DALAM
IKLAN VIVO INDONESIA #FOREVERYFANTASY DI INSTAGRAM**

Oleh

Nama : Pinky Laurensia Wijaya
NIM : 00000044185
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024

Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si
NIDN: 220120848

Penguji

Dr. Indiwana Seto Wahjuniyanto, M.Si
NIDN: 0303036601

Pembimbing

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I. Kom., M. I. Kom
NIDN: 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN: 030478404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pinky Laurensia Wijaya
NIM : 00000044185
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Semiotika Umberto Eco Terhadap
Representasi Maskulinitas Jefri Nichol
Dalam Iklan VIVO Indonesia
#ForEveryFantasy Di Instagram

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 29 Mei 2024


(Pinky Laurensia Wijaya)

* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul **“SEMIOTIKA UMBERTO ECO TERHADAP REPRESENTASI MASKULINITAS JEFRI NICHOL PADA IKLAN VIVO INDONESIA #FOREVERYFANTASY DI INSTAGRAM”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunitas Universitas Multimedia Nusantara.
4. Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan waktu dan umpan balik pada tugas akhir ini.
6. Dr. Indiwana Seto Wahjuwibowo, M.Si., selaku Penguji yang telah menguji dan memberikan umpan balik pada tugas akhir ini.
7. Bapak Dr. Arsa Widitarsa Utoyo, S.T., M.Sn., yang telah memberikan arahan dan masukan pada tugas akhir ini.
8. Keluarga saya, terutama nenek dan kakek, yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Sahabat saya, Angelina Maristella Risniputri, yang telah memberi dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
10. JCO Citra 7 serta pramukopi yang telah memberikan tempat yang nyaman serta hidangan yang enak dan lezat dalam pengerjaan tugas akhir ini.
11. Nugrah Yoga Pramono, selaku kekasih yang telah menemani, memberi semangat dan memotivasi sepanjang pengerjaan tugas akhir ini sehingga tugas akhir ini dapat selesai.
12. Pinky Laurensia Wijaya, yang telah berhasil sampai di titik ini dengan melewati segala kesibukan, baik dalam bekerja, usaha, dan berkuliah, dalam waktu yang bersamaan.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 29 Mei 2024



(Pinky Laurensia Wijaya)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**SEMIOTIKA UMBERTO ECO TERHADAP
REPRESENTASI MASKULINITAS JEFRI NICHOL DALAM
IKLAN VIVO INDONESIA #FOREVERYFANTASY
DI INSTAGRAM**

(Pinky Laurensia Wijaya)

ABSTRAK

Seringkali media menampilkan pria maskulin dengan penampilan fisik menarik. Iklan VIVO Vibe Little Bunny dalam kampanye VIVO Indonesia #ForEveryFantasy menampilkan Jefri Nichol sebagai *brand ambassador* untuk mengiklankan produk alat kontrasepsi dari VIVO Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui representasi maskulinitas Jefri Nichol dalam iklan VIVO Vibe Little Bunny pada kampanye VIVO Indonesia #ForEveryFantasy di Instagram dengan analisis semiotika Umberto Eco. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, paradigma konstruktivisme. Teori atau konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep representasi Stuart Hall, maskulinitas John Beynon dan hasil kajian Rohlinger, gaya bahasa (metafora), periklanan, dan media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jefri Nichol dalam iklan ini termasuk pada kode maskulinitas “*Give ‘em Hell*” berdasarkan maskulinitas John Beynon dan termasuk pria erotis berdasarkan hasil kajian Rohlinger. Hal tersebut ditemukan dari ekspresi dan isi pada tingkat denotasi adalah mengajak audiens untuk bereksperimen bersama pasangan dengan VIVO Vibe Little Bunny. Namun, secara ekspresi (penanda) dan isi (petanda) pada tingkat konotasi berarti berhubungan seksual dengan banyak pasangan dapat menimbulkan realitas mulai dari problem seksual, masalah psikis, serta pandangan buruk dari konteks sosial, budaya, dan agama di Indonesia. Terdapat khalayak yang memberi komentar positif dan beberapa komentar negatif, terutama pada iklan VIVO Vibe Little Bunny, yang menganggap Jefri Nichol sebagai pria feminim bahkan mengarah kepada kalangan *gay* atau homoseksual.

Kata kunci: Representasi, Maskulinitas, Semiotika Umberto Eco, VIVO Indonesia #ForEveryFantasy, Instagram

**UMBERTO ECO SEMIOTIC ANALYSIS OF JEFRI NICHOL'S
MASCULINITY REPRESENTATION IN THE VIVO INDONESIA
ADVERTISEMENTS #FOREVERYFANTASY ON INSTAGRAM**

(Pinky Laurensia Wijaya)

ABSTRACT (English)

Often the media depicts masculine men with attractive physical appearances. The VIVO Vibe Little Bunny advertisement in the VIVO Indonesia #ForEveryFantasy campaign features Jefri Nichol as the brand ambassador to advertise contraceptive products from VIVO Indonesia. The purpose of this research is to determine the representation of Jefri Nichol's masculinity in the VIVO Vibe Little Bunny advertisement in the VIVO Indonesia #ForEveryFantasy campaign on Instagram using Umberto Eco's semiotic analysis. This research uses a descriptive qualitative approach with constructivism paradigm. The theories used in this research are Stuart Hall's concept of representation, John Beynon's masculinity and the results of Rohlinger's studies, language style (metaphors), advertising, and Instagram social media. The research results show that Jefri Nichol in this advertisement is included in the "Give 'em Hell" masculinity code based on John Beynon's masculinity and is an erotic man based on the results of Rohlinger's study. This was found from the expression and content at the denotation level, namely inviting the audience to experiment with their partner with VIVO Vibe Little Bunny. However, in terms of expression (signifier) and content (signified) at the connotation level, it means that sexual relations with many partners can give rise to realities ranging from sexual problems, psychological problems, as well as bad views from the social, cultural, and religious context in Indonesia. There were audiences who gave positive comments and some negative comments, especially on the VIVO Vibe Little Bunny advertisement, which considered Jefri Nichol to be a feminine man and even directed towards gay or homosexual people.

Keywords: Representation, Masculinity, Umberto Eco Semiotics, VIVO Indonesia #ForEveryFantasy, Instagram

DAFTAR ISI

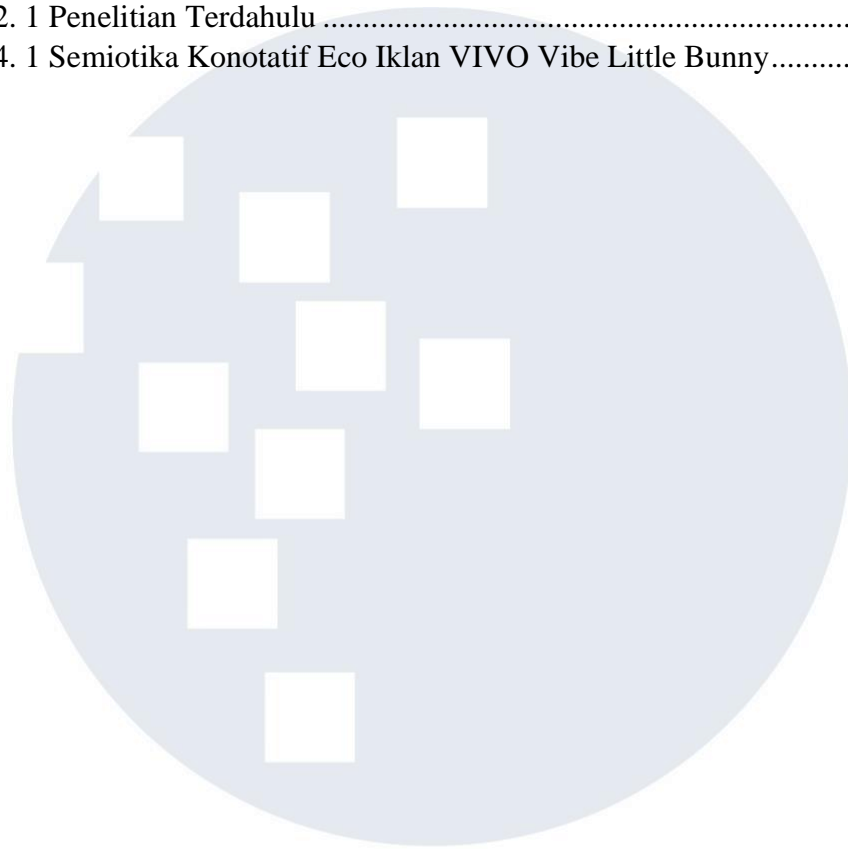
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Kegunaan Akademis	6
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	23
2.2.1 Representasi	23
2.2.2 Semiotika Umberto Eco	25
2.2.3 Maskulinitas	29
2.2.4 Iklan	32
2.2.5 Gaya Bahasa dan Pesan Non-Verbal.....	35
2.2.6 Media Sosial (Instagram)	38
2.3 Alur Penelitian	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42

3.2	Jenis dan Sifat Penelitian	43
3.3	Metode Penelitian	44
3.4	Unit Analisis (Analisis Isi).....	44
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6	Keabsahan Data.....	45
3.7	Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Objek Penelitian	48
4.2	Hasil Penelitian	48
4.2.1	Semiotika Konotatif	49
4.3	Pembahasan.....	52
4.3.1	Representasi Maskulinitas.....	53
4.3.2	Semiotika Umberto Eco	56
4.3.3	Iklan	63
4.3.4	Gaya Bahasa dan Pesan.....	65
4.3.5	Media Sosial (Instagram).....	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Saran.....	70
5.2.1	Saran Akademis	70
5.2.2	Saran Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN.....		76

U M M N
 U N I V E R S I T A S
 M U L T I M E D I A
 N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 15
Tabel 4. 1 Semiotika Konotatif Eco Iklan VIVO Vibe Little Bunny..... 49



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

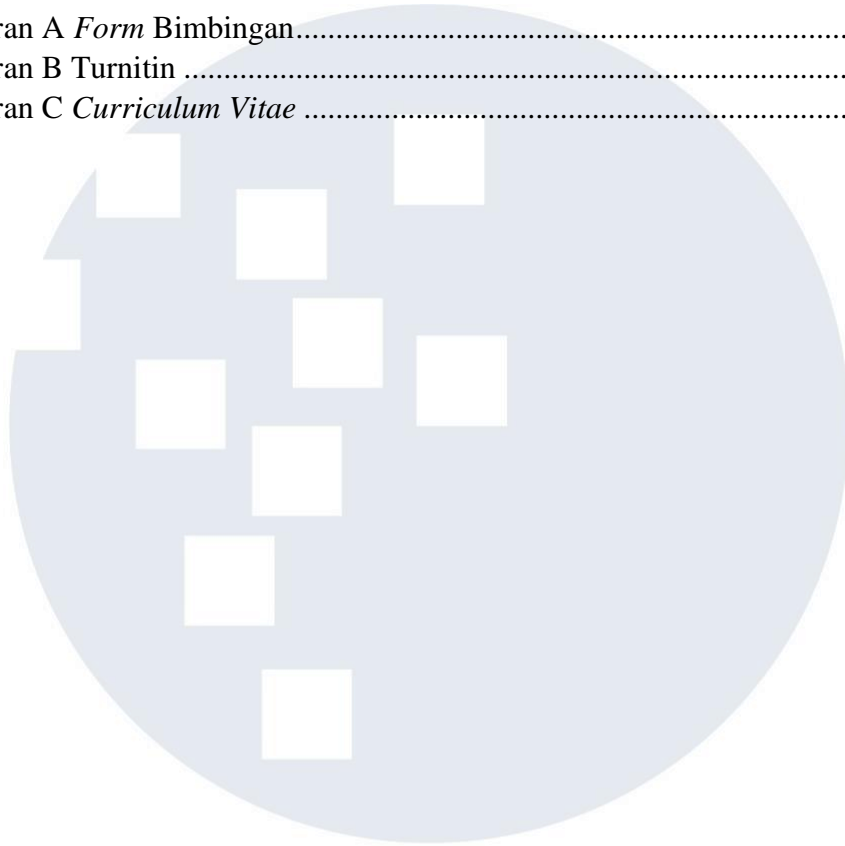
Gambar 1. 1 3 Iklan VIVO Indonesia #ForEveryFantasy.....	3
Gambar 1. 2 Instagram Jefri Nichol per 5 Maret 2024	4
Gambar 2. 1 Kerangka Umberto Eco	26
Gambar 2. 2 Theory of codes and sign production Umberto Eco.....	26
Gambar 2. 3 Proses Komunikasi Menurut Umberto Eco.....	27
Gambar 2. 4 4 Macam Laki-laki Menurut John Beynon	30
Gambar 2. 5 6 Kode Maskulinitas berdasarkan kajian Rohlinger	31
Gambar 2. 6 4 Komponen Periklanan	33
Gambar 2. 7 Sketsa Empat Ekspresi Wajah.....	37
Gambar 2. 8 Alur Penelitian	41
Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data Miles dan Huberman (1992)	46
Gambar 4. 1 Iklan VIVO Vibe Little Bunny.....	49
Gambar 4. 2 Kerangka Semiotka Umberto Eco dalam Iklan VIVO Vibe Little Bunny	59
Gambar 4. 3 Proses Komunikasi Umberto Eco Iklan VIVO Indonesia #ForEveryFantasy	61
Gambar 4. 4 Komentar Instagram Iklan VIVO Vibe Little Bunny per 11 Mei 2024	62

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A *Form Bimbingan*..... 76
Lampiran B Turnitin 77
Lampiran C *Curriculum Vitae* 79



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA