

**REPRESENTASI PERAN SUAMI DALAM IKLAN RAMAYANA
(Analisis Semiotika Pada Iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series
Ramayana-Tulusnya Cinta”)**

SKRIPSI



Oleh :

RAHEL CLAUDEA CELLONA

1443010299

**KEMENTRIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

SURABAYA

2019

**REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAN AQUA DAN
RAMAYANA (Analisis Semiotika Pada Iklan Aqua versi “Untuk Ayah, Kemurnian
#AQUADalamDirimu Bantu Bangkitkan” dan iklan Ramayana versi “Warna
Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta”)**

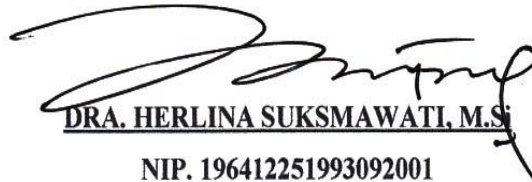
Disusun Oleh :

RAHEL CLAUDEA CELLONA
1443010299

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

Pembimbing


DRA. HERLINA SUKSMAWATI, M.Si
NIP. 196412251993092001

Mengetahui,


Dr. Drs. Ec. GENDUT SUKARNO, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

REPRESENTASI PERAN SUAMI DALAM IKLAN RAMAYANA

(Analisis Semiotika Pada Iklan Ramayana versi "Warna Kebahagiaan Series
Ramayana-Tulusnya Cinta")

Oleh :

RAHEL CLAUDEA CELLONA

NPM. 1443010299

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada tanggal 18 Januari 2019

Pembimbing Utama

Tim Penguji :

1. Ketua



Dra. Herlina suksmawati, M.Si

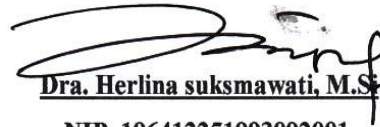
NIP. 196412251993092001



DR. Catur Suratnoaji, M.Si

NPT. 3680 4640 0281

2. Sekertaris



Dra. Herlina suksmawati, M.Si

NIP. 196412251993092001

3. Anggota



Dra. Dyva Claretta, M.Si

NPT. 3 6601 0025 1

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. E. Gendut Sukarno, MS, CHRA

NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **REPRESENTASI PERAN SUAMI DALAM IKLAN RAMAYANA (Analisis Semiotika Pada Iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta”)**.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya arahan dan bimbingan dari ibu DRA. Herlina Suksmawati, M.Si yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktunya untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu Yuli Candrasari, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Terimakasih untuk orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan di setiap langkah saya.

4. Terimakasih untuk *Semewew Squad* dan Novaldo Prima Yudha yang selalu menyemangati untuk segera menyelesaikan proposal ini.

Akhirnya penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan proposal ini.

Surabaya, 17 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teoritis	8
1.4.2. Manfaat Sosial	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Media Televisi	13
2.2.2. Iklan	16

2.2.2.1.	Ciri-ciri Iklan	17
2.2.3.	Iklan Televisi	19
2.2.4.	Representasi	22
2.2.5.	Gender	23
2.2.5.1.	Kesetaraan Gender	25
2.2.6.	Peran Suami	28
2.3.	Pendekatan Semiotik John Fiske Dalam Iklan TV	30
2.4.	Kerangka Berpikir	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Metode Penelitian	39
3.2.	Kerangka Konseptual	40
3.2.1.	Representasi	40
3.2.2.	Kesetaraan Gender	41
3.3.	Korpus	43
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.	Teknik Analisis Data	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
4.2.	Penyajian dan Analisis Data	52
4.3.	Interpretasi Keseluruhan	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan	79
5.2.	Saran	80

DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

BAB II Bagan 1.1. Kerangka Berpikir	37
---	----

DAFTAR GAMBAR

BAB III Gambar 3.1 Scene 1	43
BAB III Gambar 3.2 Scene 2	43
BAB III Gambar 3.3 Scene 3	44
BAB III Gambar 3.4 Scene 6	44
BAB III Gambar 3.5 Scene 8	45
BAB III Gambar 3.6 Scene 13	45
BAB III Gambar 3.7 Scene 14	46

DAFTAR LAMPIRAN

Iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta”

Scene 1	84
Scene 2	84
Scene 3	84
Scene 4	84
Scene 5	84
Scene 6	84
Scene 7	85
Scene 8	85
Scene 9	85
Scene 10	85
Scene 11	85
Scene 12	85
Scene 13	86
Scene 14	86
Scene 15	86

ABSTRAK

RAHEL CLAUDEA CELLONA, 1443010299, REPRESENTASI PERAN SUAMI DALAM IKLAN RAMAYANA (Analisis Semiotika Pada Iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta”)

Fokus riset ini ialah hendak mengeksplorasi peran suami dalam iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta”, identitas pria dalam iklan tersebut digambarkan berbeda dari tampilan pria dalam iklan lain. Seringkali kita temui gambaran pria dengan kegiatan yang biasanya dikerjakan oleh laki-laki. Seperti olahragawan, petinju, sepakbola, berlari atau balap motor/mobil dll. Iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta” memberi gambaran baru mengenai gambaran peran gender pria, bahwasannya pria tidak hanya digambarkan dari fisiknya tetapi dengan kegiatan yang ia lakukan. Laki-laki pada umumnya mewarisi sifat maskulin, namun pandangan terhadap sifat maskulin tersebut sudah menjadi sebuah budaya, jadi terciptalah pergeseran peran gender.

Peneliti menggunakan metode analisis semiotik John Fiske untuk mengupas pesan yang tersembunyi didalam iklan. Dari hasil analisis berdasarkan rumusan masalah, ditemukan gambaran peran pria pada iklan, menampilkan pesan bahwa peran pria digambarkan mendominasi dalam kegiatan domestik pada kegiatan pekerjaan rumah tangga dan mengasuh anak yang menurut pandangan masyarakat bahwa kegiatan domestik merupakan wilayah peran wanita.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa representasi peran suami dalam iklan Ramayana versi “Warna Kebahagiaan Series Ramayana-Tulusnya Cinta” adalah ingin mengubah tatanan gender yang selama ini ada dan ingin menampilkan tatanan gender yang berbeda. Untuk membentuk persepsi di masyarakat bahwa pria mampu untuk melakukan peran wanita sehingga seharusnya untuk melakukan pekerjaan mengurus rumahtangga adalah pekerjaan yang bisa dilakukan bersama-sama antara wanita dan pria karena pria dianggap sebenarnya mampu untuk melakukan pekerjaan itu.

Keywords: Gender, budaya, masyarakat

ABSTRACT

RAHEL CLAUDEA CELLONA, 1443010299, REPRESENTATION OF HUSBAND ROLE IN RAMAYANA ADVERTISEMENT (Semiotic Analysis on Ramayana Advertisements version of "Ramayana-Tulus Series Happiness Colors of Love")

The focus of this research is to explore the role of the husband in the Ramayana advertisement version of "Ramayana-Tulusnya Happiness Color of Love", the male identity in the advertisement is described differently from the appearance of men in other advertisements. Often we find images of men with activities that are usually done by men. Like sportsmen, boxers, football, running or motorbike / car racing etc. The Ramayana advertisement version of "The Color of Happiness of the Ramayana-Tulusnya Series of Love" gives a new picture of the description of men's gender roles, that men are not only depicted from their physical but with the activities they do. Men generally inherit masculine qualities, but this view of masculine character has become a culture, so a shift in gender roles is created.

The researcher used John Fiske's semiotic analysis method to explore the hidden message in the ad. From the results of the analysis based on the formulation of the problem, an overview of the role of men in advertising was found, showing the message that the role of men was described as dominating domestic activities in domestic work and childcare activities which in the community's view that domestic activities were the role of women.

The results of this research can be concluded that the representation of the role of the husband in the Ramayana advertisement version of "The Ramayana-Tulusnya Happiness Color of Love" is to change the gender order that has existed so far and want to display a different gender order. To shape the perception in the community that men are able to carry out the role of women so that they should do household work is work that can be done jointly between women and men because men are considered capable of doing the work.

Keywords: Gender, culture, society