

**ANALISIS SEMIOTIKA PERGESERAN MASKULINITAS
PADA IKLAN SHAMPOO HEAD & SHOULDERS VERSI
JOE TASLIM X FADIL JAIDI**



Disusun Oleh :

WIDYA NUR HAYATI

1151900117

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**ANALISIS SEMIOTIKA PERGESERAN
MASKULINITAS PADA IKLAN SHAMPOO HEAD &
SHOULDERS VERSI JOE TASLIM X FADIL JAIDI**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh :

WIDYA NUR HAYATI

1151900117

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 26 Juni 2023

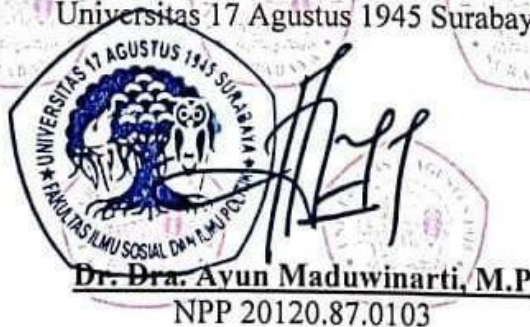
Dewan Penguji :

1. **Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si**
Ketua
2. **Novan Andrianto, S.I.Kom., M.I.Kom**
Anggota
3. **Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom**
Anggota



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP 20120.87.0103

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Widya Nur Hayati

NIM : 1151900117

Judul : ANALISIS SEMIOTIKA PERGESERAN MASKULINITAS PADA
IKLAN SHAMPOO HEAD & SHOULDERS VERSI JOE TASLIM
X FADIL JAIDI


Surabaya, 26 Juni 2023

Mengetahui

Disetujui Oleh

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP 20120.87.0103



Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si
NPP 20150.18.0789

Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Penjiplakan

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Widya Nur Hayati

NBI : 1151900117

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : ANALISIS SEMIOTIKA PERGESERAN MASKULINITAS
PADA IKLAN SHAMPOO HEAD & SHOULDERS VERSI
JOE TASLIM X FADIL JAIDI

Menyatakan,

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
 2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis Sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
 3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti Sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.
- Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 03 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Widya Nur Hayati



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : WIDYA NUR HAYATI
NBI/ NPM : 1151900117
Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

ANALISIS SEMIOTIKA PERGESERAN MASKULINITAS
PADA IKLAN SHAMPOO HEAD & SHOULDERS VERSI
JOE TASLIM X FADIL JAIDI

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : SURABAYA
Pada tanggal : 03 Juli 2023

Yang Menyatakan,


METERAL TEMPEL
1A5AKX522069102
WIDYA NUR HAYATI

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

Advertising is not just conveying information about a particular product, but seen from the meaning of the concept in the advertisement, it shows that there is a shift in masculinity in Head & Shoulders shampoo advertisements. This advertisement was chosen because it involves two male characters who have a strong image of masculinity in Indonesian society. The results of this study indicate that there are several concepts related to stereotypes of masculinity in patriarchal culture which depict Joe Taslim, an actor with a strong traditional image of masculinity as a man who has physical strength, courage and toughness. While the presence of Fadil Jaidi is described as a soft man who has concern and concern for the health of his scalp and hair. This shows that masculinity is not only related to physical attributes, but also involves concern for appearance and self-care. This study aims to determine the results of the semiotic analysis of Masculinity shifts in the Joe Taslim X Fadil Jaidi version of Head & Shoulders shampoo advertisements based on Roland Barthes' semiotics. This research approach uses qualitative and constructivism paradigm. This type of research uses Roland Barthes' semiotic analysis, especially in identifying visual and verbal signs contained in advertisements.

Keyword: *advertising, masculinity, patriarchal culture, semiotics, Roland Barthes.*

ABSTRAK

Iklan bukan hanya sekedar menyampaikan sebuah informasi mengenai suatu produk tertentu, melainkan dilihat dari makna konsep didalam iklan menunjukkan adanya pergeseran maskulinitas pada iklan shampoo Head & Shoulders. Iklan ini dipilih karena melibatkan dua tokoh laki-laki yang memiliki citra maskulinitas yang kuat di masyarakat Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa konsep terkait dengan *stereotype* maskulinitas dalam budaya patriarki yang menggambarkan Joe Taslim, seorang aktor dengan citra maskulinitas tradisional yang kuat sebagai pria yang memiliki kekuatan fisik, keberanian, dan ketangguhan. Sedangkan kehadiran Fadil Jaidi digambarkan sebagai seorang laki-laki *soft* yang memiliki perhatian dan kepedulian terhadap kesehatan kulit kepala dan rambutnya. Hal ini menunjukkan bahwa maskulinitas tidak hanya terkait dengan atribut fisik, tetapi juga melibatkan kepedulian terhadap penampilan dan perawatan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil analisis semiotika pergeseran Maskulinitas pada iklan shampoo Head & Shoulders Versi Joe Taslim X Fadil Jaidi berdasarkan semiotika Roland Barthes. Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif dan menggunakan paradigma konstruktivisme. Jenis penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes khususnya dalam mengidentifikasi tanda-tanda visual dan verbal yang terdapat dalam iklan.

Kata Kunci: iklan, maskulinitas, budaya patriarki, semiotika, Roland Barthes.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah yang telah memberikan kesehatan, kekuatan dan keberkahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Semiotika Pergeseran Maskulinitas Pada Iklan Shampoo Head & Shoulders Versi Joe Taslim X Fadil Jaidi” Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar akademik Strata-1 (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan dan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Penulis menyadari bahwa tidak tertutup kemungkinan didalamnya terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran serta melimpahkan kesehatan kepada penulis, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua Orang tua yang telah mensupport dan mendoakan untuk memberikan kemudahan dalam berbagai hal.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhon, S.I.Kom.,Med.Kom selaku kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.SI dan Ibu Beta Puspitaning Ayodya, S.sos., M.A selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan kepada saya selaku penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat terdekat penulis Muhammad Syahid Syarifudin, Tiara Herdina Putri, Theresia Arcell, Novita TW, Raditya Nugraha, Bayu Prasetyo yang telah memberi dukungan dan semangat selama pengerjaan skripsi ini.

6. Teman satu prodi Esther Debora dan Kristina Nembong Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan dukungan selama penulisan Skripsi.

Penulis menyadari dengan adanya dukungan serta bantuan dari teman – teman, Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945, Dosen Pembimbing semasa Skripsi, Orang Tua, Saudara dan juga kekasih saya Ahmad Taufiq yang selalu menemani dan mendukung penuh penulis terkait penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis ingin mendapatkan kritik dan saran guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat di berbagai kalangan mahasiswa khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan yang ada diluar selain di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Surabaya, 03 Juli 2023

Penulis

Widya Nur Hayati

DAFTAR ISI

ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Teori Semiotika	16
2.2.2 Semiotika Roland Barthes	17
2.3 Landasan Konseptual	18
2.3.1 Maskulinitas	18
2.3.2 Iklan	20
2.4. Kerangka Dasar Penelitian	21
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.3 Unit Observasi dan Unit Analisis	26
3.4 Jenis Data	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27

3.6 Teknik Analisis Data	28
3.7 Keabsahan Data	29
BAB IV	31
HASIL PENELITIAN	31
4.1 Deskripsi Subjek/Objek Penelitian	31
4.2 Penyajian Data	32
4.3 Pembahasan.....	34
BAB V	49
PENUTUP	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Rekomendasi	50
Daftar Pustaka	52
Lampiran 1. Lembar Perintah Revisi Penguji 1.....	56
Lampiran 2. Lembar Perintah Revisi Penguji 2.....	57
Lampiran 3. Lembar Perintah Revisi Penguji 3.....	58
Lampiran 4. Lembar Bimbingan	59

Daftar Gambar

<i>Gambar 2.4 Kerangka Dasar Penelitian</i>	21
<i>Gambar 3.2 Signifikasi Roland Barthes</i>	25
<i>Gambar 4.1.1 Iklan Head & Shoulders</i>	31

Daftar Tabel

Tabel 2.1.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 4.2 Penyajian Data	32

Tabel 4.3 Pembahasan.....	35
----------------------------------	-----------

