

***MALE GAZE DALAM IKLAN ROKOK DJARUM 76
(VERSI MINTA APA...???)***

Skripsi

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



PUPUT YUNIAR
NBI. 1151900247

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

2024

**MALE GAZE DALAM IKLAN ROKOK DJARUM 76
(VERSI MINTA APA...???)**

Skripsi

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



**PUPUT YUNIAR
NBL. 1151900247**

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

2024

TANDA TANGAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Puput Yuniar
NBI : 1151900247
Judul : *MALE GAZE* DALAM IKLAN ROKOK DJARUM 76 (VERSI MINTA APA...???)

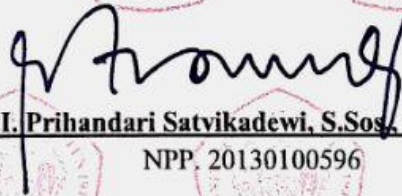
Surabaya, 8 Januari 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Avun Maduwinarti, MP
NPP. 20120.87.0103

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing



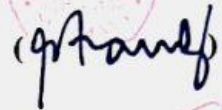
A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom
NPP. 20130100596

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 8 Januari 2024:

Dewan Penguji:

1. A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom
Ketua
2. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si
Anggota
3. Prof. Dr. Arief Darmawan, SU
Anggota



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP

NPP. 20120.87.0103

Halaman Pernyataan Tidak Melakukan Penjiplakan

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Puput Yuniar
NBI : 1151900247
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : *MALE GAZE* DALAM IKLAN ROKOK DJARUM 76
(VERSI MINTA APA...???)

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri serta atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian 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 terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 8 Januari 2024
Yang Membuat Pernyataan



Puput Yuniar



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : pcrpus@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 : PUPUT YUNIAR
 NBI/ NPM : 1151900247
 Fakultas : FLSIP
 Program Studi : LLMU 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:

MALE GAZE DALAM IKLAN ROKOK DJARUM 76
(VERSI MINTA APA ... ???)

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 : UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
 Pada tanggal : 8 JANUARI 2024

Yang Menyatakan,


 (..... CD518ALX046535195)
 PUPUT YUNIAR

*Coret yang tidak perlu

ABSTRACT

Advertisements often prioritize commercial interests by presenting women as objects because they are an element that can make a profit. Research by Ramadhan (2020) shows that Male Gaze is an approach that can be taken because the target audience of cigarette advertisements is dominantly male. The phenomenon of objectification of women should be examined, considering that cigarette advertisements and women do not have a direct relationship, so researchers assume that the Djarum 76 advertisement version "Minta Apa ...???" is intended to entertain only men. This research is descriptive qualitative with Gillian Rose's visual analysis method: Site of production, site of image itself, and site of audiencing. This objective is to describe how the Male Gaze is represented in DJARUM 76 cigarette advertisement (version MINTA APA...???). Overall, this advertisement represents Male Gaze elements in each scene and how the male-dominated audience interprets the visual objects they see in this advertisement as erotic objects that are able to cause sexual desire in men. Theoretical recommendations are expected that future research with similar topics use Standpoint theory in analyzing Male Gaze. Practical recommendations are expected that similar research objects with a research focus on the impact of Male Gaze on women, gender stereotypes, audience perceptions, and gender discrimination in the media.

Keywords: Cigarette Advertisement, Male Gaze, Gillian Rose Visual Analysis

ABSTRAK

Iklan seringkali mengutamakan kepentingan komersial dengan menampilkan perempuan sebagai objek karena menjadi unsur yang mampu mendapatkan keuntungan. Penelitian Ramadhan (2020) menunjukkan *Male Gaze* merupakan pendekatan yang dapat dilakukan karena target audiens iklan rokok dominan adalah laki-laki. Fenomena objektifikasi perempuan patut dicermati, mengingat iklan rokok dan perempuan tidak memiliki kaitan langsung, sehingga peneliti berasumsi iklan Djarum 76 versi “Minta Apa...???” ditujukan menghibur di kalangan laki-laki saja. Penelitian ini deskriptif kualitatif dengan metode analisis visual Gillian Rose: *Site of production, site of image itself*, dan *site of audiencing*. Tujuan ini yakni menguraikan bagaimana representasi *Male Gaze* dalam iklan rokok DJARUM 76 (versi MINTA APA...???). Secara keseluruhan, iklan ini merepresentasikan elemen *Male Gaze* pada tiap-tiap *scene* serta bagaimana khalayak yang dominasi adalah laki-laki memaknai objek visual yang mereka lihat pada iklan ini sebagai objek erotis yang mampu menimbulkan hasrat seksual pada laki-laki. Rekomendasi teoritis diharapkan penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa menggunakan teori *Standpoint* dalam menganalisis *Male Gaze*. Rekomendasi praktis diharapkan objek penelitian yang serupa dengan fokus penelitian dampak *Male Gaze* mampu mempengaruhi perempuan, stereotip gender, persepsi khalayak, dan diskriminasi gender dalam media.

Kata Kunci: Iklan Rokok, Male Gaze, Analisis Visual Gillian Rose

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nyalah peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*MALE GAZE DALAM IKLAN ROKOK DJARUM 76 (VERSI MINTA APA...???)*” sebagai syarat memperoleh gelar akademik Strata-1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penyusunan Tugas Akhir yang dilakukan oleh peneliti, banyak ditemukan kekurangan, kendala, rintangan serta tantangan yang peneliti hadapi. Sehingga pada akhirnya peneliti bisa melaluinya berkat adanya bimbingan serta bantuan berupa spiritual, moral ataupun fisik dari berbagai pihak. Dengan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua, Ayah, Mama, dan Kakak. Yang selalu memberikan kepercayaan dan dukungan secara spiritual, moral, material dan doa yang tiada hentinya, menemani perjalanan studi saya dari awal semester perkuliahan sampai dengan tahap selesainya proses pengerjaan Tugas Akhir.
2. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan arahan dan dukungan kepada saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
4. Irmasanthi Danadharta, S.Hub.Int., MA selaku Dosen Pembimbing II yang turut serta membantu memberikan arahan dalam pengambilan topik Tugas Akhir saya dan bimbingannya hingga selesainya proses pengerjaan Tugas Akhir.
5. Amalia Nurul Muthmainnah, S.I.Kom., MA selaku Dosen Wali yang turut memberikan arahan dan bimbingan selama proses perkuliahan.
6. Seluruh Civitas Akademika Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Untag Surabaya Angkatan 2019, Okta, Chyntia, Fida, Raven, dan teman-teman yang lain yang tidak bisa disebutkan

- satu-satu turut menemani dan memberikan dukungan serta informasi selama masa perkuliahan.
8. Seluruh teman-teman alumni SMAN 3 Surabaya lulusan 2019, Shafira, Jazilah, Angelina, Bernika, Mufidha, dan Nufadila yang turut serta memberikan semangat dan dukungannya sampai proses pengerjaan Tugas Akhir ini selesai.
 9. Serta keseluruhan pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-satu, yang turut serta membantu proses pengerjaan Tugas Akhir ini tak henti-hentinya peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah SWT yang akan membalas kebaikan kalian semua.

Surabaya, 8 Januari 2024

Penulis,
Puput Yuniar

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
A. Manfaat teoritis	7
B. Manfaat praktis	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Male Gaze (Laura Mulvey)	13
2.2.2. Standpoint Theory	16
2.3. Landasan Konseptual	19
A. Representasi	19
B. Male Gaze dalam Iklan	20
C. Iklan Rokok	23
D. Iklan sebagai Media Komunikasi Massa	25
2.4. Kerangka Pemikiran	27

BAB III	29
METODE PENELITIAN	29
3.1. Pendekatan Penelitian	29
3.2. Jenis Penelitian	29
3.3. Subjek dan Objek Penelitian	29
3.4. Metode Pengumpulan Data	30
3.4.1. Jenis Data (Primer dan Sekunder)	30
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data	30
3.5. Teknik Analisis Data	31
3.6. Keabsahan Data	33
BAB IV	34
PEMBAHASAN	34
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	34
4.1.1. Gambaran Umum Iklan Djarum 76 versi “Minta Apa...???”	34
4.2. Penyajian Data	39
4.3. Hasil dan Pembahasan	54
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Adegan Perempuan Mendekati Anak Kecil Di Kereta Bayi dalam Iklan Dot Dodo (Youtube, 2013).....	2
Gambar 2 Model Perempuan Berdansa di Depan 2 Figur Pria (Youtube, 2019).....	6
Gambar 3 Rule of Thirds (Mercado, 2011).....	24
Gambar 4 Sites, Modalities and Methods for Interpreting Visual Materials (Rose's, 2007).....	34
Gambar 5 Logo Djarum (Sumber: Djarum.com).....	38
Gambar 6 Totos Rasiti sebagai om jin (Sumber: Youtube Glow Films Jakarta)	41
Gambar 7 Elizabeth Angela Lorenza (Sumber: Iklan Djarum 76).....	42

DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu Representasi Male Gaze	9
Table 2 Penyajian Data Scene 1	43
Table 3 Penyajian Data Scene 2	45
Table 4 Penyajian Data Scene 3	46
Table 5 Penyajian Data Scene 4	47
Table 6 Penyajian data scene 5	49
Table 7 Penyajian Data Scene 6	50
Table 8 Penyajian Data Scene 7	51
Table 9 komentar yang mengandung narsisctic identification	52
Table 10 Komentar mengandung fetishitic scopophilia	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Scene Iklan Rokok Djarum 76.....	62
Lampiran 2. Dokumentasi Komentar Youtube Iklan Djarum 76.....	65
Lampiran 3. Kartu Bimbingan	67
Lampiran 4 Lembar Revisi Dosen 1	69
Lampiran 5 Lembar Revisi Dosen 2	70
Lampiran 6. Lembar Revisi Dosen 3	71
Lampiran 7 Hasil Turnitin Bab 1.....	72
Lampiran 8. Hasil Turnitin Bab 4.....	73
Lampiran 9. Hasil Turnitin Bab 5.....	74