



Judul Proposal Penelitian:

NILAI MASKULINITAS DALAM TVC ROKOK TERKINI: ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA VIDEO IKLAN ROKOK JANUARI – MARET 2024

Proposal ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Syifa Laila Syabina

Nim : 2110411102



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN VETERAN
JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Syifa Laila Syabina

NIM : 2110411102

Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Syifa Laila Syabina)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syifa Laila Syabina
NIM : 2110411102
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

NILAI MASKULINITAS DALAM TVC ROKOK TERKINI: ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA VIDEO IKLAN ROKOK JANUARI – MARET 2024

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 15 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Syifa Laila Syabina)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Syifa Laila Syabina
NIM : 2110411102
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Nilai Maskulinitas dalam TVC Rokok Terkini: Analisis
Semiotika Charles Sanders Peirce Pada Video Iklan
Rokok Januari – Maret 2024

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 15 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Syifa Laila Syabina)

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Syifa Laila Syabina
NIM : 2110411102
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Nilai Maskulinitas dalam TVC Rokok Terkini: Analisis
Semiotika Charles Sanders Peirce pada Video Iklan Rokok
Januari – Maret 2024.

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Ahmad Zakki Abdullah S.IP, M.Si

Penguji 1



Windhiadi Yoga Sembada, S.I.Kom, M.Si

Penguji 2



Dewanto Samodro, M.I.Kom

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 10 Juli 2025

**NILAI MASKULINITAS DALAM TVC ROKOK TERKINI: ANALISIS
SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA VIDEO IKLAN
ROKOK JANUARI – MARET 2024**

SYIFA LAILA SYABINA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi nilai maskulinitas dalam lima video iklan televisi (TVC) rokok periode Januari – Maret 2024. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce. Melalui analisis tanda pada iklan Djie Samsoe Magnum Kretek, Magnum Filter, Camel SPM Series, Gudang Garam Filter International, dan Djarum Super, ditemukan sebuah argumen utama yang terkandung secara implisit yakni maskulinitas ideal selalu berkaitan dengan kemampuan dan keberanian untuk mewujudkan keinginan, baik melalui pencapaian, kreativitas, maupun petualangan. Namun, hasil pembahasan menunjukkan adanya inkonsistensi dalam representasi kualitas maskulin. Meskipun terdapat tiga karakteristik yang ditampilkan secara konsisten, yakni berkelamin lelaki, berwibawa, dan dinamis, karakteristik lainnya cenderung bervariasi dan tidak selalu selaras dengan stereotip tradisional. Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran makna maskulinitas dalam ruang iklan komersial, yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya yang lebih luas. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan rokok modern tidak hanya memperkuat citra maskulinitas tradisional yang berfokus pada kekuatan dan dominasi, tetapi juga membuka ruang bagi representasi yang lebih adaptif. Penelitian ini berkontribusi pada kajian semiotika dan representasi gender dalam periklanan, serta diharapkan dapat meningkatkan literasi media masyarakat agar lebih kritis terhadap pesan-pesan maskulinitas yang disampaikan.

Kata Kunci: Maskulinitas, TVC Rokok, Semiotika, Charles Sanders Peirce, Iklan.

***MASCULINITY VALUES IN CONTEMPORARY CIGARETTE TV
COMMERCIALS: A SEMIOTIC ANALYSIS OF CHARLES SANDERS
PEIRCE ON CIGARETTE ADVERTISEMENTS FROM JANUARY TO
MARCH 2024***

SYIFA LAILA SYABINA

ABSTRACT

This study aims to analyze the representation of masculinity values in five cigarette television commercials (TVCs) aired between January and March 2024. The research employs a descriptive qualitative method using Charles Sanders Peirce's semiotic approach. Through sign analysis of the advertisements for Djie Samsoe Magnum Kretek, Magnum Filter, Camel SPM Series, Gudang Garam Filter International, and Djarum Super, an implicit central argument is identified: ideal masculinity is always associated with the ability and courage to realize one's desires, whether through achievement, creativity, or adventure. However, the findings reveal inconsistencies in the representation of masculine qualities. Although three characteristics are consistently portrayed being male, authoritative, and dynamic other traits tend to vary and do not always align with traditional stereotypes. This indicates a shift in the meaning of masculinity within commercial advertising, influenced by broader social and cultural contexts. Overall, the study concludes that modern cigarette advertisements not only reinforce traditional images of masculinity centered on strength and dominance but also create space for more adaptive representations. This research contributes to the study of semiotics and gender representation in advertising and is expected to enhance public media literacy by encouraging a more critical perspective toward messages of masculinity conveyed in advertisements.

Keywords: Masculinity, Cigarette TVC, Semiotics, Charles Sanders Peirce, Advertisement.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia- Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Nilai Maskulinitas dalam TVC Rokok Terkini: Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce pada Video Iklan Rokok Januari – Maret 2024”.

Peneliti menyadari dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai tidak lepas dari bimbingan, dukungan, arahan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. S. Bkti Istiyanto, M.Si selaku Dekan FISIP, Bapak Dr. Azwar, S.S., M.Si. dan kak Uljanatunnisa, S.Sos. MA. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, dan Ibu Dr. Ana Kuswanti, S.Ikom., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Ahmad Zakki Abdullah S.IP, M.Si, selaku dosen pembimbing yang tidak hanya membimbing penelitian ini tetapi juga memberikan semangat dan dukungan mental kepada peneliti, serta Bapak Windhiadi Yoga S., S.Ikom, M.Si. selaku dosen penguji 1 dan Bapak Dewanto Samodro, M.I.Kom selaku dosen penguji 2 yang telah membimbing dan memberikan arahan yang bermanfaat untuk penelitian ini.
3. Orang Tua peneliti yakni Bapak Sugihartono dan Ibu Fitriyani yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa yang tak pernah putus, dan cinta yang tak tergantikan. Kemudian tak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada saudara peneliti yakni Kakak Annisa Nur Hasanah, Kakak Ipar Donni Hadi, Adik M. Satrio Aryobimo dan Aleeya Salsabila tanpa restu dan dukungan kalian, perjalanan ini tidak akan sampai sejauh ini.
4. Almira dan Kak Silvia yang sudah berlapang dada menjadi tempat peneliti berkeluh kesah mengenai skripsi dan juga menjadi orang yang selalu menyemangati peneliti disaat peneliti berada di titik terendah.
5. Yasmin Anjani teman seperjuangan penelitian, Arya, Putri, serta teman-teman grup SCBD, Skripber, Komvis Maklor, dan Podkes Last Dance yang telah

menjadi teman terbaik selama masa perkuliahan berlangsung.

6. Grup K-Pop Tomorrow X Together, Day6, Monsta X, Seventeen, Riize, dan BoyNextDoor yang telah menjadi sumber hiburan peneliti selama masa mengerjakan penelitian ini.
7. *Last but not least, I want to thank me. I want to thank me for believing in me. I want to thank me for doing all this hard work. I want to thank me for never quitting. I want to thank me for trying to do more right than wrong. I want to thank me for just being me at all times.*

Jakarta, 18 Juli 2025



Syifa Laila Syabina

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	9
1.3 Batasan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.4.1 Tujuan Praktis	10
1.4.2 Tujuan Teoritis	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Akademis	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 13
2.1 Konsep Penelitian.....	13
2.1.1 Maskulinitas.....	13
2.1.2 Media Komunikasi Iklan	14
2.1.3 <i>Television Commercial</i>	15
2.1.4 Audiens Remaja	16

2.2 Teori Penelitian.....	19
2.3 Kerangka Berpikir	21
 BAB III PROSEDUR PENELITIAN	 22
3.1 Objek Penelitian	22
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4 Sumber Data	25
3.5 Teknik Analisis Data.....	25
3.6 Teknik Keabsahan Data	28
3.7 Tabel Rencana Waktu	29
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 30
4.1 Objek Penelitian	30
4.2 Hasil Penelitian.....	33
4.2.1 Hasil Analisis	33
4.2.2 Proposisi Argument.....	84
4.3 Pembahasan	88
 BAB V PENUTUP.....	 105
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran	107
5.2.1 Saran Akademis	107
5.2.2 Saran Praktis	107
 DAFTAR PUSTAKA	 109
LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Rencana Waktu	29
Tabel 2 Hasil Penelitian Iklan 1: Baru! Djie Samsoe Magnum Kretek	34
Tabel 3 Hasil Penelitian Iklan 1: Baru! Djie Samsoe Magnum Kretek	37
Tabel 4 Hasil Penelitian Iklan 1: Baru! Djie Samsoe Magnum Kretek	40
Tabel 5 Hasil Penelitian Iklan 2 Magnum Filter : Berani Besar	42
Tabel 6 Hasil Penelitian Iklan 2 Magnum Filter : Berani Besar	45
Tabel 7 Hasil Penelitian Iklan 2 Magnum Filter : Berani Besar	46
Tabel 8 Hasil Penelitian Iklan 3 Camel Spm Series : Beyond The Ordinary.....	50
Tabel 9 Hasil Penelitian Iklan 3 Camel Spm Series : Beyond The Ordinary.....	53
Tabel 10 Hasil Penelitian Iklan 3 Camel Spm Series : Beyond The Ordinary.....	57
Tabel 11 Hasil Penelitian Iklan Gudang Garam Filter Internasional : The Greatest Choice.....	61
Tabel 12 Hasil Penelitian Iklan Gudang Garam Filter Internasional : The Greatest Choice.....	65
Tabel 13 Hasil Penelitian Iklan Gudang Garam Filter Internasional : The Greatest Choice.....	69
Tabel 14 Hasil Penelitian Iklan 5 Djarum Super : Moxologist #Inirasanyasuper.....	73
Tabel 15 Hasil Penelitian Iklan 5 Djarum Super : Moxologist #Inirasanyasuper.....	76
Tabel 16 Hasil Penelitian Iklan 5 Djarum Super : Moxologist #Inirasanyasuper.....	81
Tabel 17 Proposisi Argument Lima Tvc Rokok Periode Januari – Maret 2024.....	88
Tabel 18 Pembahasan Maskulinitas Lima Tvc Rokok Periode Januari – Maret 2024	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Iklan rokok Magnum Kretek dan Djarum Super.....	2
Gambar 2 Iklan rokok Gudang Garam.....	6
Gambar 3 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4 Tabel Analisis Klasifikasi Peirce	26
Gambar 5 Iklan Sampoerna Hijau “Geng Hijau”	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Perbaikan Dosen Penguji dan Pembimbing	116
Lampiran 2 Sertifikat TOEFL	119
Lampiran 3 Bukti PKM.....	120
Lampiran 4 Kartu Bimbingan	121
Lampiran 5 Riwayat Hidup.....	122