

**ANALISIS SEMIOTIKA MASKULINITAS HUMOR VINCENT
DAN DESTA DALAM KONTEN KANAL *YOUTUBE* VINDES**



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Tugas Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

ILHAM MAESA
NIM: 11940313973

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2023**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Ilham Maesa
NIM : 11940313973
Judul : ANALISIS SEMIOTIKA MASKULINITAS HUMOR VINCENT DAN DESTA DALAM KONTEN KANAL YOUTUBE VINDES

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin
Tanggal : 18 September 2023

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 18 September 2023



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Yantos, S.IP., M.Si
NIP. 19710122 200701 1 016

Penguji III,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

Sekretaris/ Penguji II,

Julis Suriani, M.I.Kom
NIK. 130 417019

Penguji IV,

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 198880801 202012 2 018



HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

ANALISIS SEMIOTIKA MASKULINITAS HUMOR VINCENT DAN DESTA DALAM KONTEN KANAL YOUTUBE VINDES

Disusun Oleh:

Ilham Maesa

11940313973

Telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 20 Juli 2023

Pembimbing,

Assyari Abdullah, S. Sos., M.I.Kom.

NIK. 130417023

Mengetahui

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.

NIP. 19810313 201101 1 004

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ilham Maesa
NIM : 11940313973
Tempat/Tgl. Lahir : Duri, 23 Mei 2000
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : “Analisis Semiotika Maskulinitas Humor Vincent dan Desta dalam Konten Kanal Youtube Vindes”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *footnote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

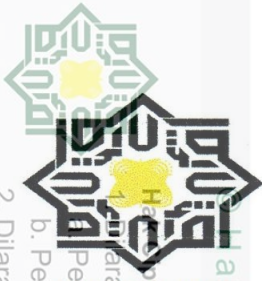
Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 20 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



ILHAM MAESA
NIM. 11940313973



KEMENTERIAN AGAMA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
 FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
 Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : ILHAM MAESA
 NIM : 11940313973
 Judul : ANALISIS SEMIOTIKA MASKULINITAS HUMOR VINCENT DAN DESTA DALAM KONTEN KANAL YOUTUBE VINDES

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
 Tanggal : 15 Juni 2023

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Juni 2023

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Artis, S.Ag., M.I.Kom
 NIP. 196806072007011047

Penguji II,

Edison, S.Sos., M.I.Kom
 NIP. 130417082

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 Diindungi Undang-Undang

Pekanbaru, 20 Juli 2023

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : Ilham Maesa
NIM : 11940313973
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Maskulinitas Humor Vincent Dan Desta Dalam Konten Kanal Youtube Vindes

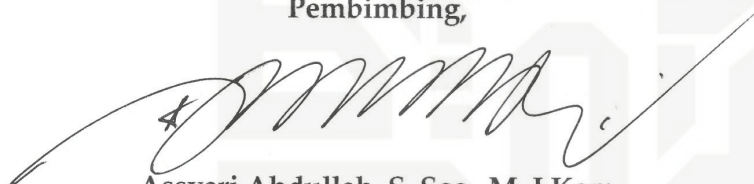
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pembimbing,



Assyari Abdullah, S. Sos., M. I.Kom.
NIK. 130417023

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,



Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



ABSTRAK

Nama : Ilham Maesa
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Analisis Semiotika Maskulinitas Humor Vincent dan Desta dalam Konten Kanal Youtube Vindes

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video dan memiliki lebih dari satu miliar pengguna jika dilihat dari statistik situsnya. *Podcast* diproduksi dalam bentuk audio dan video, kemudian dipublikasikan melalui akun Instagram maupun Youtube pribadinya. *Podcast* pada awalnya adalah file audio atau video yang diunggah di web agar dapat diakses oleh individu baik berlangganan maupun tidak dan dapat didengarkan atau ditonton dengan menggunakan komputer. Salah satu contoh *Podcast* yang ada di Youtube yaitu *Vindes* yang dibawakan oleh Vincent dan Desta yang dikemas dalam bentuk Humor yang lucu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes yang mengkaji makna denotasi, konotasi, dan mitos. Lalu untuk teknik pengambilan data menggunakan teknik dokumentasi, sedangkan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purpose sampling*. Hasil penelitian ditemukan bahwa, maskulinitas humor Vincent dan Desta tampilan dipengaruhi oleh faktor keintiman atau yang dikenal dengan istilah *bromance*, hubungan yang terikat secara *bromance* pada pria mempengaruhi bentuk humor, maskulinitas humor juga ditampilkan dengan perbedaan kognitif dan afektif yang ada pada pria, lalu ditemukan juga gaya maskulinitas humor. Sehingga berdasarkan temuan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa maskulinitas selain ditandai dari atribut dan ruang sosial yang ditemukan pada pria, maskulinitas juga dapat ditandai serta dimaknai dengan humor.

Kata Kunci: Youtube, Vindes, Semiotika, Humor, Maskulinitas, Vincent dan Desta.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRACT

Name : *Ilham Maesa*
Division : *Ilmu Komunikasi*
Title : *Semiotic Analysis of Vincent and Desta Humor Masculinity in the Content of the Vindes Youtube Channel*

Youtube is a form of video-based social media and has more than one billion users, judging from the site's statistics. Podcasts are produced in the form of audio and video, then published through his personal Instagram and YouTube accounts. Podcasts were originally audio or video files that were uploaded on the web so that individuals could access them, whether subscribed or not, and could be listened to or watched using a computer. One example of a Podcast on Youtube is Vindes, which is hosted by Vincent and Desta which is packaged in the form of funny humor. This study uses a qualitative descriptive method with Roland Barthes's semiotic analysis which examines the meaning of denotation, connotation, and myth. Then for data collection techniques using documentation techniques, while for sampling techniques using purposive sampling techniques. The results of the study found that Vincent and Desta's humorous masculinity was shown to be influenced by the intimacy factor or what is known as bromance, bromance-bound relationships in men affect the form of humor, humorous masculinity was also shown by cognitive and affective differences in men, then it was also found humor masculinity style. So based on these findings, the researchers concluded that apart from being marked by the attributes and social space found in men, masculinity can also be marked and interpreted with humor.

Keywords: *Youtube, Vindes, Semiotic, Humor, Masculinity, Vincent and Desta.*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji bagi ALLAH SWT, atas segala limpahan berupa rahmat, hidayah, inayah-nya, serta kesehatan kepada Peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Shalawat beserta salam peneliti ucapkan kepada junjungan alam yakni Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliah kepada zaman yang penuh cahaya dan ilmu pengetahuan seperti yang kita rasakan pada saat sekarang ini.

Skripsi dengan judul: **“Analisis Semiotika Maskulinitas Humor Vincent dan Desta Dalam Konten Kanal Youtube Vindes”** merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki peneliti, maka dengan tangan terbuka dan hati yang lapang penulis menerima kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Dalam penulisan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Teristimewa kepada orang tua penulis, yaitu Ayahanda Syafril dan Ibunda tercinta Hafnidar serta Kakak peneliti yaitu Elvira Yolanda dan Nessa Noviantika, S.Sos, yang selalu memberikan penulis motivasi yang selalu setia mencurahkan kasih sayang, doa, motivasi, serta dukungannya baik secara moril dan materi.

Terima kasih atas segala ayahanda, ibunda, serta kakak berikan dan tidak bisa dilupakan dan tidak mungkin terbalas oleh peneliti yang selalu menemani perjuangan peneliti dalam meneliti penelitian ini, memberikan peneliti semangat untuk dapat melakukan penelitian, serta waktu, tenaga, materi, moril yang diberikan peneliti ucapkan Terima Kasih. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan dengan penuh hormat ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Bapak Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A sebagai Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Toni Hartono, M.Si, dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Nurdin, M.A selaku Dosen Penasehat Akademik peneliti.
5. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom selaku Ketua dan Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi
6. Bapak Assyari Abdullah, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu dan pemikirannya dalam penelitian Skripsi ini
7. Bapak dan Ibu Penguji Sidang Skripsi yang telah memberi masukan kepada Skripsi penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi atas pendidikan pengajaran selama Penulis berada di kampus. Ilmu dari Bapak dan Ibu berikan akan menjadi sesuatu yang sangat bermanfaat bagi saya di masa sekarang dan masa depan.
9. Seluruh Staf dan Pegawai Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu kelancaran proses administrasi bagi Penulis.
10. Terima Kasih Kepada Sahabat Peneliti yaitu Ridho Qoyyum Fabillah, S.I.Kom dan Ravi Andri Firta yang sudah menemani sampai akhir.
11. Terima Kasih Kepada teman-teman selama perkuliahan terkhususnya teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi.
12. Terima Kasih Kepada teman-teman KKN Desa Lipatkain Utara, Kecamatan Kampar Kiri, Kabupaten Kampar, Riau.

Pekanbaru, Oktober 2023

Penulis



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Penegasan Masalah.....	5
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	18
2.3. Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Pendekatan Penelitian.....	39
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.3. Sumber Penelitian.....	39
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5. Validasi Data.....	41
3.6. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV GAMBARAN UMUM	
4.1. Profil Channel Youtube Vindes.....	42
4.2. Profil Vincent Ryan Rompies.....	42
4.2. Profil Deddy Mahendra Desta.....	45
4.3. Profil Choirul Anwar.....	46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1.	Analisis Semiotika Roland Barthes	49
5.2.	Maskulinitas Humor yang ditunjukkan Pada Kanal Vindes	52
BAB VI	PENUTUP	
6.1.	Kesimpulan	61
6.2.	Saran	62
DAFTAR PUSTAKALAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Tabel Adegan 1	49
Tabel 5.2	Tabel Adegan 2	50
Tabel 5.3	Tabel Adegan 3	50
Tabel 5.4	Tabel Adegan 4	51
Tabel 5.5	Tabel Adegan 5	52



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Gambar Peta Tanda Roland Barthes.....	28
Gambar 2.2	Pendiri Youtube.....	34
Gambar 2.3	Pemikiran Penelitian.....	38
Gambar 4.1	Profil Vindes.....	42
Gambar 4.2	Foto Vincent Ryan Rompies	44
Gambar 4.3	Foto Deddy Mahendra Desta.....	45
Gambar 4.4	Foto Choirul Anwar.....	47
Gambar 5.1	Adegan 1.....	49
Gambar 5.2	Adegan 2.....	50
Gambar 5.3	Adegan 3.....	50
Gambar 5.4	Adegan 4.....	51
Gambar 5.5	Adegan 5.....	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada zaman modern ini, penggunaan media massa semakin luas karena sebagai kebutuhan informasi dan hiburan khalayak. Selain itu, media massa juga menjadi kebutuhan utama masyarakat seperti masyarakat di perkotaan seperti media televisi dan internet. Media massa sudah menjadi salah satu alat terpenting dalam kegiatan komunikasi sehari-hari. Tidak hanya itu di media massa, orang dapat mengungkapkan kebutuhan, keluhan, dan keinginannya¹.

Perkembangan teknologi digital telah membawa sebuah media baru salah satunya adalah Youtube². Youtube adalah salah satu platform video dari Amerika yang telah didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada tahun 2005.³ Platform media Youtube ini menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di dunia, salah satunya negara Indonesia⁴.

Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video dan memiliki lebih dari satu miliar pengguna jika dilihat dari statistik situsnya⁵.

Ragam konten atau isi yang terdapat dalam YouTube sedang banyak digemari di Indonesia adalah *Podcast*. Survei yang dilakukan *Daily Social* pada tahun 2018 terhadap 2023 pengguna *smartphone* menyatakan bahwa sebesar 68% responden familiar dengan keberadaan *podcast* dan 80% diantaranya pernah mendengarkan *podcast* dalam 6 bulan terakhir⁶.

¹ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers., 2011).

² Cayari, C., "The youtube effect: How youtube has provided new ways to consume, create, and share music.," *International journal of education & the arts* 12, no. 6 (2017).

³ Chandra, E., "Youtube, citra media informasi interaktif atau media penyampaian aspirasi pribadi," *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (2017): 406-17.

⁴ Dewi Retno Budiastuti, "Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam," *Jurnal Public Relations-Jpr* 3, no. 1 (2022): 61-62.

⁵ David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi), "Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*" 6, no. 1 (2017): 93-63.

⁶ Zellatifanny, C.M., "Trends In Disseminating Audio on Demond Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia," *Journal Pekommas* 5, no. 2 (2020): 117-32.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perkembangan penonton Youtube tentu saja didukung oleh kontribusi para kreator konten atau disebut juga sebagai Youtuber dari Indonesia. Karena fenomena ini membuat banyak orang menemukan cara baru untuk mengekspresikan diri melalui sarana teknologi untuk mengonsumsi, membuat, dan berbagai sebuah karya video⁷.

Podcast pada awalnya adalah file audio atau video yang diunggah di web agar dapat diakses oleh individu baik berlangganan maupun tidak dan dapat didengarkan atau ditonton dengan menggunakan komputer. *podcast* diproduksi dalam bentuk audio dan video, kemudian dipublikasikan melalui akun Instagram maupun Youtube pribadinya. *Podcast* merupakan medium yang banyak digemari kalangan anak muda di dunia maupun di Indonesia, karena generasi muda lebih banyak menggunakan internet dengan beragam perangkat teknologi komunikasi⁸.

Podcast menjadi suatu media baru di dunia siaran Indonesia khususnya pada konten audio. Dalam era digital, *podcast* menjadi sebuah sarana dalam menyediakan konten menarik yang berbasis audio dan memiliki durasi yang cukup lama ketimbang radio⁹. *Podcast* merupakan metode untuk mendistribusikan file media digital apa pun, atau serangkaian file, melalui Internet untuk diputar di media portabel pemutar, seperti iPod, dan komputer pribadi¹⁰.

Yang menyenangkan, para pembuat dan penonton video tidak lagi pusing untuk menemukan tempat yang cocok mendistribusikan maupun menonton video¹¹. Banyak penyedia layanan web yang memberikan jasa penyimpanan dan penyiaran video secara gratis. Youtube salah satunya, Youtube

⁷ Maulida, L., "Jumlah pengguna unik youtube di indonesia capai 93 juta," 2020, <https://www.tek.id/tek/jumlah-pengguna-unik-youtube-di-indonesia-capai-93-juta-b1ZT79iPE>.

⁸ Zellatifanny, C.M., "Trends In Disseminating Audio on Demand Content through Podcast: An Opportunity and Challenge in Indonesia," *Journal Pekommas* 5, no. 2 (2020): 117–32.

⁹ Masduki dan A.Darmanto, *Manajemen dan Produksi Radio Komunitas* (Yogyakarta: Combine Resouce Institution, 2018).

¹⁰ Loon, Steven and Stephanie D. Teasley., "Podcasting in Higher Education: What Are the Implications for Teaching and Learning?," *Internet and Higher Education* 12, no. 2 (2009): 88–92.

¹¹ Chandra, E., "Youtube, citra media informasi interaktif atau media penyampaian aspirasi pribadi" *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, No. 2 (2017): 406–17.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

memungkinkan para penyuka video baik itu penonton, kolektor, maupun pembuat video yang saling menonton, menyimpan dan berbagi video. Tidak dipungut bayaran, tidak memerlukan keahlian khusus yang rumit untuk memanfaatkannya¹².

Salah satu kanal Youtube *variety show* yang dikemas dengan komedi yaitu adalah Vindes. Vindes adalah kanal Youtube yang membahas seputar kaula muda yang dibawakan oleh pembawa acara utamanya yaitu Vincent dan Desta. Vindes merupakan sebuah konten *variety show* yang sangat menghibur dan memberikan berbagai informasi menarik dengan menghadirkan bintang tamu-bintang tamu dari berbagai kalangan seperti aktor, musisi hingga atlet. Pengemasan Vindes yang dikemas dengan begitu kreatif dan inovatif berbeda dengan *variety show-variety show* yang ada pada saat ini ditambah dengan pembawaan dari Vincent dan Desta yang merupakan artis berlatar belakang komedian sehingga Vindes begitu digemari oleh para penonton khususnya anak muda zaman kini¹³.

Youtube Vindes merupakan sebuah kanal Youtube yang dibuat oleh dua komedian Indonesia, yaitu Vincent Rompies dan Desta Mahendra. Kanal Youtube ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2018 dan saat ini memiliki lebih dari 1,5 juta pengikut (*subscriber*) dan telah mengunggah ratusan video¹⁴. Youtube Vindes menampilkan konten video lucu yang beragam, mulai dari sketsa, parodi, *vlog*, hingga *game show*.

Kedua komedian tersebut dikenal karena memiliki gaya humor yang nakal, serta kemampuan mereka dalam improvisasi dan penampilan didepan kamera. Sebagai salah satu kanal Youtube terpopuler di Indonesia, Youtube Vindes telah menerima banyak penghargaan dan nominasi, seperti Youtube *Creator Awards* dan *Indonesian Choice Awards*¹⁵.

¹² Rauf Muhendra muhammad, "Manajemen Produksi Kanal Youtube Diskominfo Pekanbaru Dalam Penyajian kegiatan Pemko Pekanbaru.," 2022, 26.

¹³ Arif Kurniawan, "Creating a New Wave of Comedians in Indonesia: The Emergence of YouTube as a Platform for Comedy," *Asian Journal of Social Science* 47, no. 6 (2019): 728-750.

¹⁴ Galih Purwanto, "The Performative of Indonesian Youtubers in Creating a New Genre of Comedy," *Journal of Malaysian Communication* 35, no. 4 (2019): 135-49.

¹⁵ Nana. Wahyuni, "The Popular Culture of Indonesian Youtubers: A Study of Vincent

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Vincent dan Desta hampir selalu menggunakan setelan pakaian *Trendy* serta sepatu *Sneakers* di setiap episodenya. Vincent dan Desta selalu berpenampilan maskulin, hal ini menunjukkan bahwa kedua pembawa acara ini ditampilkan sesuai dengan definisi pria di dalam ruang sosial.

Mereka terarah berperilaku sesuai dengan definisi pria dalam berpenampilan serta bersikap sebagaimana mestinya pria. Sehingga disimpulkan bahwa maskulinitas yang ada Vincent dan Desta adalah maskulinitas yang memang sudah terbentuk secara sosial di masyarakat, Vincent dan Desta ditampilkan maskulin sesuai dengan konsep dasar maskulin secara sosial pada saat sekarang¹⁶.

Penelitian tentang “Analisis Semiotika Maskulinitas Humor Vincent dan Desta Dalam Konten Kanal Youtube Vindes” dengan objek penelitian bagaimana maskulinitas humor yang ditampilkan oleh Vincent dan Desta dalam konten kanal Youtube Vindes. Selain karena Vindes merupakan suatu kanal Youtube yang kreatif, inovatif dan menghibur.

Vindes juga merupakan salah satu kanal Youtube di Indonesia yang mempunyai kualitas konten yang baik dan juga penggemar yang banyak hal ini terlihat dari situs Youtube ataupun media sosial seperti Instagram. Dan peneliti akan mencoba mencari tahu tentang bagaimana maskulinitas humor Vincent dan Desta tampilkan dalam program kanal Youtube Vindes yang mampu menghibur bagi para *viewersnya*¹⁷.

Dari latar belakang ini peneliti ingin meneliti bagaimana maskulinitas humor Vincent dan Desta pada Youtube. Maka penulis tertarik menelitinya dengan judul “Analisis Semiotika Maskulinitas Humor Vincent dan Desta Dalam Konten Kanal Youtube Vindes ”.

and Desta in Vindes Channel.,” *Journal of Language Teaching and Research* 11, no. 1 (2020): 60–67.

¹⁶ Fadli Nugraha, “Exploring the Narrative Strategies of Vindes Comedy Videos on YouTube. *Lingua Cultura*” 14, no. 3 (2020): 242–50.

¹⁷ Tjandra, N. S, “Representasi Maskulinitas dalam Video Youtube ‘Vindes’.” *Jurnal Studi Komunikasi* 3, no. 2 (2019): 92–100.



1.2. Penegasan Istilah

Peneliti akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam didalam penulisan ini agar tidak terdapat perbedaan penafsiran atau perbedaan dalam menginterpretasikan. Penegasan istilah ini dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Semiotika

Analisis semiotik merupakan teknik analisis data kualitatif yang bertujuan untuk menemukan atau menganalisis simbol atau tanda dalam teks dengan sistematis. Semiotik dikenal dengan istilah tanda, yaitu sesuatu yang menggambarkan sesuatu yang lain. Terdapat macam tanda yaitu berupa ekspresi seperti kata, suara, simbol, dan macam lainnya yaitu berupa konten Terdapat beberapa contoh penerapan teknik ini seperti analisis semiotika pada media massa, analisis semiotika pada film, dan analisis semiotika pada musik¹⁸.

Pada penelitian ini analisis semiotika yang peneliti maksud adalah analisis semiotika Roland Barthes, analisis ini peneliti pilih karena analisis ini menurut peneliti sesuai dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

2. Maskulinitas

Maskulinitas adalah seperangkat praktik sosial dan representasi budaya yang terkait dengan menjadi laki – laki. Laki – laki harus memenuhi kriteria maskulinitas untuk dapat dianggap sebagai laki – laki. Pria digambarkan memiliki fisik yang besar, agresif, prestatif, dominan-superior, asertif dan dimitoskan sebagai pelindung. Maskulinitas didefinisikan secara sosial dan diciptakan secara biologis. Sifat maskulin berbeda dengan jenis kelamin. baik laki-laki maupun perempuan dapat bersifat maskulin¹⁹.

Dalam penelitian ini maskulinitas yang dimaksud adalah humor yang ada pada podcast Vindes yang bersangkutan dengan unsur-unsur

¹⁸ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006).

¹⁹ Rizki Kurniawan, *Representasi Citra Diri Laki-laki dalam Iklan* (Bandar Lampung: Fisiip Universitas Lampung, 2017).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Maskulinitas.

3. Humor

Humor adalah gejala yang merangsang kita untuk tertawa atau cenderung tertawa secara mental. Bisa berupa rasa, atau kesadaran di dalam diri kita (*sense of humor*), dan bisa juga berupa suatu gejala atau hasil cipta dari dalam maupun dari luar diri kita. Bila dihadapkan pada humor, kita bisa langsung tertawa lepas atau cenderung tertawa saja. Rangsangan yang ditimbulkan bukan rangsangan fisik, tetapi rangsangan mental untuk tertawa²⁰.

Dalam penelitian ini humor yang dimaksud adalah unsur-unsur lelucon atau hal yang mengundang tawa bersangkutan dengan maskulinitas pada podcast Vindes

4. Vindes

Vindes merupakan sebuah kanal Youtube yang dibuat oleh dua komedian Indonesia, yaitu Vincent Rompies dan Desta Mahendra. Kanal Youtube ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2018 dan saat ini memiliki lebih dari 1,5 juta pengikut (*subscriber*) dan telah mengunggah ratusan video. Youtube Vindes menampilkan konten video lucu yang beragam, seperti sketsa, parodi, vlog, hingga *game show*.²¹

Dalam penelitian ini vindes yang dimaksud adalah kanal Youtube Vindes yang merupakan sebuah acara podcast yang dibawakan oleh Vincent dan Desta, yang mana pada penelitian ini peneliti hanya melakukan analisis pada episode Choirul Anwar dengan judul “Coki Anwar Diidolakan Desta.. Komedi Yang Absurd Begini Yang Beda!! Kalo Saya No!!”

²⁰ Rahmanadji, *Sejarah, teori, jenis, dan fungsi humor* (Jakarta: FS UM, 2007).

²¹ <https://www.youtube.com/@VINDES>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1.3. Rumusan Masalah

Setelah dijelaskan pada latar belakang diatas maka ditetapkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui “Bagaimana Maskulinitas Humor yang ditampilkan oleh Vincent dan Desta dalam konten kanal Youtube Vindes?”

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan penjelasan dari rumusan masalah diatas adalah untuk mengetahui Bagaimana Maskulinitas Humor yang ditampilkan oleh Vincent dan Desta dalam konten kanal Youtube Vindes.

1.5. Manfaat Penelitian

Dilakukannya suatu penelitian bertujuan untuk mendalami suatu permasalahan dalam penelitian tersebut, yang mana diharapkan dengan adanya penelitian tersebut terdapat manfaat peneliti yang telah dilakukan, manfaat dilakukannya penelitian dapat dibedakan menjadi dua yaitu manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis, begitu pula halnya dalam penelitian yang akan peneliti lakukan ini, dimana peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat baik secara akademisi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau maupun secara praktis yang dapat dirasakan akan dilakukannya penelitian ini. Adapun manfaat tersebut sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk Peneliti Adapun kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah meningkatkan pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam mempelajari disiplin ilmu komunikasi serta untuk memenuhi tugas akhir skripsi sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
 - b. Manfaat penelitian secara teoritis bagi perkembangan ilmu pengetahuan adalah dapat menjadi tambahan pengetahuan di dunia pendidikan terutama tentang maskulinitas humor yang ditampilkan pada media khususnya kanal Youtube, sehingga penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi pada ilmu pengetahuan. Dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manfaat penelitian ini bagi ilmu komunikasi adalah mampu berkontribusi terutama didalam bidang semiotika karena penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika sehingga penelitian ini diharapkan akan mampu menjadi acuan kedepannya bagi penelitian yang menggunakan metode teknik analisis semiotika.

2. Manfaat Akademis
 - a. Dapat memberikan informasi yang berguna bagi pengembangan dan menambah khazanah ilmu komunikasi.
 - b. Memperkaya hasil-hasil penelitian komunikasi yang menggunakan pendekatan kualitatif dengan tradisi studi kasus yang menggunakan perspektif komunikasi. Sebagai bahan masukan yang berguna untuk penelitian selanjutnya dibidang yang sama atau yang ada hubungannya dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu komunikasi.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sehingga memudahkan untuk memahami.

Adapun sistematika penulisan tersebut adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, penegasan istilah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan kajian terdahulu, landasan teori, dan kerangka pemikiran



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, dan teknik analisis data

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini menjelaskan gambaran umum mengenai Kanal Youtube Vindes

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang menggambarkan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian ini, saran yang ditunjukkan untuk pembaca dan penelitian terkait selanjutnya, daftar pustaka serta lampiran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu merupakan kajian yang digunakan sebagai perbandingan guna menghindari manipulasi terhadap sebuah karya tulis ilmiah dan menguatkan bahwa penelitian yang penulis lakukan benar-benar belum pernah dilakukan orang lain. Penulisan yang peneliti lakukan ini merupakan lanjutan dari beberapa penelitian terdahulu, yaitu:

1. Jurnal dari Deviana, Judul: *Representasi Maskulinitas dalam Iklan Televisi*, Hasil, Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tentang bagaimana maskulinitas yang ditampilkan pada iklan L-Men. L-Men merupakan suatu produk susu yang khusus untuk pria dalam membentuk tubuh yang ideal atau menjaga bentuk tubuh seorang pria yang sesuai dengan konstruksi sosial maskulin pada saat sekarang, Teori yang digunakan seperti semiotika, sinematografi, komunikasi massa, representasi, iklan dan maskulinitas, untuk teknik analisis semiotika nya menggunakan teknik Barthes yaitu konotasi, denotasi dan mitos dengan menganalisis gambar ataupun teks pada iklan. Hasil dari penelitian ini adalah pada iklan *L-Men Gain Mass `Kenny Austin` 2017* mengonstruksi nilai maskulinitas modern yaitu melihat penampilan secara fisik dan didukung dengan mitos yang beredar di masyarakat tentang definisi maskulinitas pada era sekarang. Tetapi menurut peneliti di dalam hasil penelitian ini seharusnya juga membandingkan iklan yang serupa dari masa ke masa sehingga bisa dijadikan perbandingan dan memperkuat hasil temuan tentang bagaimana maskulinitas yang terbentuk pada produk pria. Sebab karena tidak memiliki definisi yang kongkret²².

²² Deviana, L., "Representasi Maskulinitas dalam Iklan Televisi (Analisis Maskulinitas dalam Iklan L-Men Gain Mass `Kenny Austin` 2017)," *Jurnal Komunikasi.*, 2018.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Jurnal dari Gracia, Judul: *Memaknai Dominasi Maskulin dalam Komedi Situasi Tetangga Masa Gitu*, Hasil, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang adanya dominasi maskulin dalam komedi Tetangga Masa Gitu yang ditampilkan melalui adegan ataupun percakapan yang dilakukan oleh para aktor dan aktris Tetangga Masa Gitu. Acara komedi seperti Tetangga Masa Gitu memberikan hiburan yang bisa membuat para penontonnya tertawa dengan tingkah lucu yang ditampilkan begitu pun dengan acara komedi Tetangga Masa Gitu ini. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan teknik analisis semiotika *John Fiske*. Peneliti membaginya menjadi level realitas, level representasi, dan level ideologi sehingga memperoleh temuan yaitu terdapat nilai-nilai dominasi maskulin seperti konstruksi sosial baik itu pria atau perempuan, peran gender dalam suatu ikatan perkawinan, tatanan sosial pembagian bagaimana pria dan perempuan bekerja terutama dalam ikatan perkawinan, kekerasan simbolik yang terdapat pada perempuan dan tentang bagaimana bentuk perlawanan perempuan terhadap dominasi maskulin yang ditampilkan pada acara komedi tetangga masa gitu. Namun menurut peneliti didalam analisis yang dilakukan dalam penelitian ini seharusnya menjelaskan bagaimana pria dan perempuan di dalam suatu hubungan suami istri karena didalam hubungan suami istri menurut peneliti terkadang definisi dari maskulin yang pada umumnya bisa berbeda ketika sudah terikat dengan suatu hubungan²³.
3. Jurnal dari Muhammad Anggi Azhar Pratama, Judul: *Stereotip Maskulinitas Pria Melalui Representasi Tayangan Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Head & Shoulders Versi Joe Taslim x Fadil Jaidi)*, Hasil, Tujuan penelitian ini untuk menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terdapat pada iklan *Head & Shoulders* versi Joe Taslim x Fadil Jaidi di kanal Youtube *Head & Shoulders* Indonesia pada tahun 2022, dengan menggunakan model

²³ Gracia, D., "Memaknai Dominasi Maskulin dalam Komedi Situasi Tetangga Masa Gitu," *Jurnal Komunikasi*, 2018

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

analisa semiotika Roland Barthes yang membahas stereotip maskulinitas pria melalui representasi tayangan iklan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa konsep terkait dengan stereotip maskulinitas diantaranya adalah: stereotip maskulinitas pria dalam iklan *Head & Shoulders* versi Joe Taslim x Fadil Jaidi menunjukkan bahwa “Pria Sebagai Sosok yang Aktif di Ranah Publik”; “Pria Sebagai Sosok yang Jantan/ Macho”, “Pria Sebagai Sosok yang Dominan dan Sukses”, dan “Pria Masa Kini Menjaga Penampilan”. Iklan *Head & Shoulders* versi Joe Taslim x Fadil Jaidi ini juga menampilkan dan menyajikan sebuah konsep terkait dengan *new masculinity*, hal ini menjadi sebuah konstruksi di tengah masyarakat mengenai konsep maskulinitas yang baru pada sosok laki-laki. Visualisasi yang tampak baru ini menyajikan sebuah penggambaran laki-laki maskulin saat ini yang mana terdapat pergeseran dari konsep maskulinitas yang sifatnya lebih konservatif seperti di masa-masa sebelumnya²⁴.

4. Jurnal dari Iqbal Aditya Amrullah, Judul: *Representasi Maskulinitas Dalam Film Green Book (Analisis Semiotika Roland Barthes)*, Hasil, Penelitian ini mengkaji mengenai representasi maskulinitas laki-laki yang ada dalam film *Green Book* berdasarkan teori semiotika model Roland Barthes. Tujuan penelitian ini untuk menjabarkan penggambaran maskulinitas laki-laki melalui tokoh Don dan Tony Lip. Penelitian ini mempergunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data primer maupun sekunder yang diperoleh melalui film *Green Book*, buku, jurnal ilmiah, maupun artikel yang terkait. Penelitian ini memakai teori analisis semiotika untuk menganalisis tanda-tanda maskulinitas dari Roland Barthes yang mempunyai tiga tahap penandaan yaitu denotasi, konotasi, dan mitos yang

²⁴ Azhar Pratama, M. A, “Stereotip Maskulinitas Pria Melalui Representasi Tayangan Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Head & Shoulders Versi Joe Taslim x Fadil Jaidi).,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 3 (2023): 101–9.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memfokuskan pada karakteristik maskulinitas yang terdapat dalam film *Green Book*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat makna denotasi, konotasi dan mitos dalam film *Green Book*. Makna denotasi diperlihatkan dengan beberapa *scene* yang terdapat tanda maskulinitas di dalamnya. Pemaknaan konotasi sendiri berupa perkelahian, setelan rapi dengan rambut klimis, adegan merokok, sifat romantis dan peduli kepada pasangan, serta sifat kebabakan dan menyayangi keluarga. Lalu untuk mitosnya adalah rangkaian hasil dari konotasi yang menunjukkan maskulinitas tersebut. Sedangkan untuk representasi maskulinitas yang ditemukan dalam penelitian ini terdiri dari empat sifat maskulin diantaranya *Give em Hell* (berani), Metro seksual (*Fashion*), sifat kelaki-lakian yang macho, kekerasan dan *hooliganism* (Sangar), dan *New Man As Nurturer* (kebabakan atau kelembutan)²⁵.

5. Jurnal dari Satria, Judul: *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Shopee Versi Cristiano Ronaldo di Youtube (Analisis Semiotika Menurut Roland Barthes)*, Hasil, Penelitian ini menggali tanda-tanda yang merepresentasikan maskulinitas dalam iklan Shopee 9.9 Super Shopping Day versi Cristiano Ronaldo. Penelitian ini bermula dari munculnya iklan Shopee yang menggunakan pesepakbola terkenal untuk menarik perhatian banyak penonton dan pengguna Shopee terutama kaum laki-laki. Karena pada penelitian sebelumnya telah ditemukan, mayoritas pengguna Shopee adalah perempuan. Teori yang digunakan adalah teori semiotika oleh Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika dengan metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara analisis semiotika Roland Barthes dan menggunakan 4 dari 9 rumus semiotika. Hasil penelitian ini adanya representasi maskulinitas dalam beberapa scene pada iklan ini. Representasi maskulinitas dalam iklan Shopee versi Cristiano Ronaldo ini menggambarkan bahwa maskulinitas seperti yang ada di tengah

²⁵ Iqbal Aditya Amrullah, *Representasi Maskulinitas Dalam Film Green Book (Analisis Semiotika Roland Barthes)*, 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat sekarang yang menitik beratkan maskulinitas pada kekuatan otot, tubuh yang atletis namun dibalut dengan penampilan yang baik dan bersih serta olahraga sepakbola yang berhubungan erat dengan laki-laki dan sifat maskulin²⁶.

6. Jurnal dari Muhammad Defa Wibowo, Judul: *Representasi Maskulinitas Pada Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Televisi Axe Body Spray Jefri Nichol 2019)*, Hasil, Tujuan penelitian ini untuk membahas mengenai analisis semiotika Roland Barthes terhadap representasi maskulinitas dalam iklan *Axe Body Spray* versi Jefri Nichol. Iklan yang tayang di televisi dan kanal Youtube axeindonesia dan telah ditonton 6,8 juta kali tonton. Penelitian ini membahas representasi maskulinitas pada iklan dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes, menentukan makna denotasi, konotasi dan mitos. Hasil penelitian ini adalah adanya representasi maskulinitas dalam scene pada iklan ini. Representasi maskulinitas dalam iklan *Axe Body Spray* versi Jefri Nichol ini menggambarkan representasi maskulinitas pada laki-laki yang diperlihatkan pada iklan adalah representasi maskulinitas dalam bersikap, representasi maskulinitas dalam berpenampilan, representasi maskulinitas dalam merawat tubuh, representasi maskulinitas dalam menaklukkan wanita dan pusat perhatian²⁷.
7. Jurnal dari Rani Oktaviani, Judul: *Pergeseran representasi maskulinitas dalam iklan (studi komparasi terhadap analisis semiotika pada iklan Rokok Magnum Filter Dji Sam Soe dan U Mild versi ngantor menurut Roland Barthes)*, Hasil, Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menganalisis citra maskulinitas yang ditampilkan dalam iklan, tanggapan masyarakat tentang citra maskulinitas pada kedua iklan

²⁶ Satria, Agid Bayu, *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Shopee Versi Cristiano Ronaldo di Youtube (Anlisis Semiotika Menurut Rolan Barthes)* (Yogyakarta: Diploma thesis, UPN "Veteran," 2020).

²⁷ Defa Wibowo, *Representasi Maskulinitas Pada Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Televisi Axe Body Spray Jefri Nichol, 2019)*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut. Mengidentifikasi dan menganalisis tanda-tanda yang digunakan untuk mendukung citra maskulinitas yang ditampilkan dalam kedua iklan rokok tersebut, sehingga membantu masyarakat memahami citra maskulinitas. Penelitian dilakukan dengan melihat kedua iklan dalam situs internet, kemudian kedua iklan tersebut di unduh melalui Youtube. Metode yang digunakan dalam adalah metode kualitatif dengan pendekatan semiotika. Pengambilan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan 10 orang informan. Teori yang digunakan yaitu Teori Semiotika Roland Barthes. Pesan dalam iklan tersebut dapat dilihat melalui tiga bentuk yaitu pesan linguistik, ikonik dan ikonik yang tak terkodekan dengan dua tingkat pertandaan yakni denotatif dan konotatif. Pesan yang didapatkan dari tanda dalam iklan dipengaruhi oleh pengalaman kultural masyarakat. Citra maskulin yang dipresentasikan dalam iklan Magnum Filter Dji Sam Soe adalah berwibawa, sederhana, romantis, bertanggung jawab, mampu beradaptasi dan pengertian. Iklan *U Mild* versi Ngantor menampilkan citra maskulinitas berbeda dari iklan sebelumnya, yaitu berani, dinamis, pintar, unik dan menarik. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perubahan dalam representasi citra maskulinitas dalam iklan. Citra maskulinitas yang direpresentasikan mulai mengalami perkembangan dan pergeseran yang didukung beberapa tanda untuk mempertegas sisi maskulin yang ingin ditampilkan. Masyarakat masih berpikir maskulinitas laki-laki berdasarkan fisik, namun hal itu bukan satu-satunya syarat bagi kemaskulinan laki-laki. Karakter dari laki-laki menjadi salah satu faktor penentu maskulin atau tidaknya laki-laki bukan hanya dari tampilan fisik saja. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran dan perkembangan terhadap pola pikir masyarakat terkait laki-laki dan kemaskulinannya, sehingga maskulinitas mulai dipengaruhi oleh sisi feminitas dari laki-laki itu sendiri²⁸.

²⁸ Rani Oktaviani, "Pergeseran representasi maskulinitas dalam iklan (studi komparasi terhadap analisis semiotika pada iklan Rokok Magnum Filter Dji Sam Soe dan U Mild versi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Jurnal dari Mohammad Rifky Pratama, Judul: *Maskulinitas Pada Iklan Nivea Men Extra White Foam – Berubah Extra Cerah (2019) Dan Iklan Pond's Men Pore Vacuum (2020) (Analisis Semiotika Roland Barthes)*, Hasil, Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana Iklan *Nivea Men Extra White Foam - Berubah Extra Cerah 2019 Dan Iklan Pond's Men Pore Vacuum 2020* merepresentasikan konsep maskulinitas melalui analisis tanda-tanda yang ada. Kajian mengenai maskulinitas selalu berkembang seiring dengan berkembangnya maskulinitas itu sendiri, dan keberadaan produk produk dengan label “men” merupakan sebuah tanda dari adanya bias gender dalam iklan yang menggambarkan produk tersebut diproduksi untuk dikonsumsi pria. Selain itu mengubah nilai fungsi pada iklan dari sebuah media promosi menjadi sebuah tanda media yang digerakkan untuk konstruksi makna tertentu juga menjadi urgensi tersendiri terkait pentingnya menganalisis isi pesan yang terkandung pada sebuah iklan. Peneliti menggunakan metode semiotika Roland Barthes dimana memiliki tiga bagian yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Hasil analisis iklan *Nivea Men Extra White Foam* menunjukkan bahwa maskulinitas seorang pria dapat dinilai dari penampilan, keberanian dalam mengambil resiko, bagaimana kehidupan yang dibangun seorang pria, dan perhatian terhadap penampilan. Hasil analisis *Advertising Pond's Men Pore Vacuum* menunjukkan bahwa maskulinitas seorang pria dinilai dari penampilan, sifat percaya diri, berani mengambil resiko, perhatian terhadap penampilan, serta pendukung lainnya seperti keberadaan wanita di dunia kerja. bagaimana kehidupan yang dibangun seorang pria, dan perhatian terhadap penampilan²⁹.
9. Jurnal dari Sanusi, Judul: *Maskulinitas dalam Iklan Gillette We Believe: What Best Man Can Be*, Hasil, Penelitian ini berjudul “Maskulinitas

ngantor menurut Roland Barthes),” 2, no. 1 (2020).

²⁹ Mohammad Rifky Pratama, *Maskulinitas Pada Iklan Nivea Men Extra White Foam – Berubah Extra Cerah*, (2019) “Dan Iklan Pond's Men Pore Vacuum, 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam Iklan *Gillette What The Best Man Can Be* (analisis semiotika model Roland Barthes dalam iklan *Gillette what the best man can be*)” menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis analisis semiotika menggunakan semiotika dua tahap Roland Barthes. Semiotika dua tahap Roland Barthes merupakan model yang hampir digunakan dalam setiap penelitian semiotika, model ini membongkar makna denotasi kemudian pada tahap selanjutnya membongkar makna konotasi dan mitos. Analisis dilakukan dengan observasi iklan *Gillette* dengan didukung dengan data dari berbagai sumber seperti, buku, jurnal, juga skripsi terdahulu. Iklan *Gillette* merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh *Gillette* untuk meredefinisikan makna maskulinitas di tengah banyaknya masyarakat yang masih memaknai maskulinitas dengan pemahaman yang tradisional, seperti perempuan adalah subordinat dari laki-laki sehingga sering kali muncul kejadian perlakuan yang semena-mena terhadap perempuan yang berujung pada pelecehan dan kekerasan seksual, laki-laki melakukan kekerasan adalah hal yang wajar bahkan satu-satunya cara untuk memecahkan masalah dan laki-laki tidak diperbolehkan menunjukkan emosi yang berlebihan. Kesimpulan penelitian ini menginformasikan apa yang iklan *Gillette* ini maksud yaitu untuk mendefinisi ulang makna maskulin untuk mengurangi tindakan-tindakan maskulinitas beracun yang selama ini mungkin tidak disadari telah dilakukan oleh sebagian laki-laki³⁰.

10. Jurnal dari Romi Comando Girsang, Judul: *Maskulinitas Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Gudang Garam Merah Versi “The Cafe”)*, Hasil, Penelitian ini berjudul “Maskulinitas dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Gudang Garam Merah Versi “The Cafe”). Tujuan iklan ini untuk mengetahui bagaimana maskulinitas yang ditampilkan

³⁰ Sanusi, *Maskulinitas dalam Iklan Gillette We Believe: What Best Man Can Be*, Hasil, Penelitian ini berjudul “Maskulinitas dalam Iklan Gillette What The Best Man Can Be (analisis semiotika model Roland Barthes dalam iklan Gillette what the best man can be), 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam iklan serta untuk mengetahui makna dan mitos apa saja yang muncul dalam iklan Gudang Garam Merah versi *The Cafe*. Rokok sangat dekat dan melekat pada laki-laki. Dalam iklan rokok, laki-laki selalu dicitrakan sebagai makhluk yang maskulin. Teori yang digunakan, yaitu: Komunikasi, Komunikasi Massa, Iklan, Semiotika, Semiotika Roland Barthes, Semiotika Komunikasi Visual, Maskulinitas. Penelitian ini menggunakan kerangka analisis semiologi Roland Barthes, yaitu analisis leksia dan analisis lima kode pembacaan dalam level denotasi, konotasi dan mitos. Hasil penelitian ini menemukan Maskulinitas yang digambarkan dalam iklan Gudang Garam Merah versi *The Cafe* adalah maskulinitas tradisional dan maskulinitas baru (*new masculinities*). Makna denotasi yang didapat dalam iklan ini yaitu laki-laki yang disebut maskulin adalah laki-laki yang memiliki fisik kuat, keras, dan macho, mampu menghangatkan suasana, dan mampu menunjukkan rasa kasih sayang kepada orang lain. Makna konotasi yang didapat dalam iklan ini digambarkan lewat simbol-simbol seperti harmonika, warna merah, simbol huruf „g“, dan *tag line*. Mitos yang didapat dalam iklan ini adalah rokok merupakan lambang maskulinitas³¹.

2.2 Landasan Teori

Secara umum teori merupakan sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena³². Stephen Little John dan Karen Foss menyatakan bahwa sistem yang abstrak ini di dapatkan dari pengamatan yang sistematis. Jonathan H. Turner mendefinisikan teori sebagai sebuah proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa dapat terjadi³³. Definisi ini berfokus

³¹ Romi Comando Girsang, *Maskulinitas Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Gudang Garam Merah Versi "The Cafe*, 2021.

³² Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013).

³³ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada sifat dasar dari pemikiran teoritis tanpa menjelaskan dengan terperinci apa hasil yang mungkin muncul dari pemikiran ini. Kajian teori memuat teori-teori dengan tujuan memudahkan dalam menjawab permasalahan secara teoritis dan dengan kajian teori inilah konsep operasional dirumuskan untuk memudahkan pelaksanaan penelitian³⁴.

1. Semiotika

Semiotika merupakan studi atau metode analisis tentang tanda dan makna tanda, sehingga pengertian sederhananya dari semiotika. Secara Etimologis adalah, istilah Semiotik berasal dari kata Yunani: Semeion yang berarti “tanda”³⁵. Tanda itu sendiri didefinisikan sebagai sesuatu yang atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, dapat di anggap mewakili sesuatu yang lain. Secara terminologis, semiotik dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari deretan luas objek-objek, peristiwa-peristiwa seluruh kebudayaan sebagai tanda. Semiotik sebagai ilmu tanda (*sign*) dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungannya dengan kata lain, pengirimannya, dan penerimaannya oleh mereka yang mempergunakannya³⁶.

Permainan tanda dan makna yang ada di dalamnya merupakan bentuk sistem-sistem tanda yang dipahami secara struktural. Barthes juga memberikan pemikirannya dan menyebutkan sebagai signifikasi tanda. Tiap filsuf memiliki ranah pemikiran tersendiri dalam mengkaji semiotik, tetapi setiap ahli filsuf ini memiliki ranah tersendiri dalam mengkaji semiotik pemikiran mereka tetap tertuju pada satu aspek yaitu pemaknaan tanda³⁷.

Surabaya, 2019).

³⁴ Antrock, J.B, *Adolescence. Perkembangan masa remaja edisi keenam Alih Bahasa: Achmad Chusairi dan Juda Damanik* (Jakarta: Erlangga, 2003).

³⁵ Sudjiman, Panuti dan Aart Van Zoest, *Serba-serbi Semiotika* (Jakarta: Gramedia, 1996).

³⁶ Stephen W Littlejohn, *Theories of Human Communication*” ((5th Edn; New Mexico: Wadsworth Publishing Company Albuquerque, 1996).

³⁷ Stephen W Littlejohn.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari definisi-definisi para ahli sebelumnya, kita dapat melihat bahwa para ahli menempatkan sistem tanda dan makna sebagai gagasan pokok dalam semiotik³⁸:

- 1) Tanda itu sendiri. Hal ini bertujuan tentang berbagai tanda yang berbeda, cara tanda-tanda yang berbeda itu dalam menyampaikan makna, dan cara tanda-tanda itu terkait dengan manusia yang menggunakannya.
- 2) Kode atau sistem yang mengorganisasikan tanda. Hal ini bertujuan untuk mencakup berbagai kode dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan suatu masyarakat atau budaya atau untuk mengeksploitasi selama komunikasi yang tersedia untuk mentransmisikannya.
- 3) Kebudayaan tempat kode dan tanda bekerja. Hal ini bergantung pada penggunaan kode-kode dan tanda itu untuk keberadaan dan bentuknya sendiri.

Semiotika juga memiliki Sembilan macam semiotik. Dengan penjelasan sebagai berikut³⁹:

- 1) Semiotik Analitik, merupakan semiotik yang menganalisis sistem tanda. Peirce menyatakan bahwa semiotik berobjekkan tanda dan menganalisis menjadi ide, objek, dan makna. Ide dapat dikatakan sebagai lambang, sedangkan makna adalah beban yang terdapat dalam lambang yang mengacu pada objek tertentu.
- 2) Semiotika Deskriptif, merupakan semiotik yang memperhatikan sistem tanda yang dapat dialami oleh siapa saja, walaupun ada tanda-tanda yang selalu sama seperti sekarang ini. Misalnya, langit mendung yang menandakan akan segera turun hujan, merupakan tanda yang bersifat permanen dengan tafsir tunggal (monosemiotik).
- 3) Semiotik Faunal (*zoosemiotic*), merupakan menganalisis sistem

³⁸ Alex Sobur, *Komunikasi. Bandung* (PT.Remaja Rosdakarya Offset, 2004).

³⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004).



tanda dari hewan-hewan ketika berkomunikasi diantara mereka dengan menggunakan tanda-tanda tertentu, dan sebagiannya dapat dimengerti oleh manusia. Contohnya, disaat ayam jantan berkokok pada malam hari, dapat ditandai waktu penunjuk waktu, yaitu malam hari sebentar lagi berganti pagi. Induk ayam betina yang berkotek-kotek dapat ditandai ayam itu telah bertelur atau ada yang menggonggonya.

- 4) Semiotik Kultural, merupakan menganalisis sistem tanda yang berlaku dalam kebudayaan masyarakat tertentu. Karena semua suku, bangsa, atau negara memiliki kebudayaan masing-masing, maka semiotika menjadi metode dan pendekatan yang diperlukan untuk membedah keunikan, kronologi, kedalaman makna, dan juga berbagai variasi yang terkandung dalam setiap kebudayaan tersebut.
- 5) Semiotik Naratif, merupakan semiotika yang menganalisis sistem simbolik suatu cerita berupa mitos dan cerita lisan (*folklore*). Telah diketahui bahwa mitos dan cerita lisan, ada diantaranya memiliki nilai kultural tinggi.
- 6) Semiotik Natural, merupakan semiotik yang khusus untuk menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh alam. contohnya, Badan Meteorologi Klimatologi dan Geofisika (BMKG) melihat awan bergulung di atas kota Jakarta, sebagai dasar perkiraan hujan akan turun mengguyur kota Jakarta.
- 7) Semiotik Normatif, merupakan semiotik yang khusus untuk menelaah sistem tanda yang dibuat oleh manusia yang berwujud norma-norma, contohnya rambu-rambu lalu lintas.
- 8) Semiotik Sosial, merupakan semiotik yang khusus untuk menelaah sistem tanda yang dihasilkan oleh manusia berwujud lambang, baik lambang berwujud kata ataupun kalimat. Ancangan ini dipraktikkan oleh halliday. Tokoh yang satu ini memaksudkan judul bukunya *language and social semiotik*, sebagai semiotik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial yang menelaah sistem tanda yang terdapat dalam bahasa.

- 9) Semiotik Struktural, merupakan semiotik yang khusus menelaah sistem tanda yang dimanifestasikan melalui struktur bahasa.

Banyak ahli-ahli filsafat yang mengkaji tentang ranah semiotika, seperti Ferdinand de Saussure, Roland Barthes, Charles Sanders Peirce:

- 1) Ferdinand de Saussure

Saussure lahir pada tahun 1857 dan mulai menyukai bidang bahasa dan kesastraan sejak kecil, bahkan pada usia 15 tahun ia menulis tulisan yang berjudul *essai sur les langue*. Kemudian Saussure mempelajari bidang bahasa lebih mendalam lagi di *Leipzig* dan *Berlin*, serta mempelajari berbagai bahasa yang salah satunya adalah bahasa Sanskerta. Semiologi menurut Saussure adalah kajian mengenai tanda dalam kehidupan sosial manusia mencakup apa saja tanda tersebut dan hukum apa saja yang mengatur terbentuknya tanda⁴⁰.

Dalam buku de Saussure membayangkan suatu ilmu yang mempelajari tanda-tanda dalam masyarakat. Ia juga menjelaskan konsep-konsep yang dikenal dengan dikotomi *linguistik*. Salah satu dikotomi itu adalah *signifier* dan *signified* (penanda dan petanda). Ia menulis... *the linguistics sign unites not a thing and a name, but a concept and a sound image a sign*. Kombinasi antara konsep dan citra bunyi adalah tanda (*sign*). Jadi de Saussure membagi tanda menjadi dua komponen, *signifier* (atau citra bunyi) dan *signified* (atau konsep) dan ia mengatakan bahwa hubungan antara keduanya adalah arbitrer.

- 2) Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai salah seorang pemikir strukturalis yang mempraktikkan model *linguistik* dan semiologi Saussure. Ia berpendapat bahasa merupakan sebuah sistem tanda

⁴⁰ Alex Sobur, *Analisis teks media* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang mencerminkan asumsi-asumsi dari suatu masyarakat tertentu dalam waktu tertentu. Barthes mengutamakan tiga hal yang menjadi inti dalam analisisnya, yaitu makna Denotatif, Konotatif, dan Mitos. Sistem pemaknaan tingkat pertama disebut dengan Denotatif, dan sistem pemaknaan tingkat kedua disebut dengan Konotatif. Denotatif mengungkap makna yang terlihat jelas secara kasat mata, artinya makna denotatif merupakan makna yang sebenarnya. Sedangkan Konotatif atau pemaknaan tingkat kedua mengungkap makna yang terkandung dalam tanda-tanda. Berbeda dengan mitos, yang ada dan berkembang dalam pikiran masyarakat karena adanya pengaruh sosial atau budaya masyarakat itu sendiri akan sesuatu, dengan cara memperhatikan dan memaknai korelasi antara apa yang terlihat secara nyata (denotatif) dengan tanda apa yang tersirat dari hal tersebut (konotasi)⁴¹.

3) Charles Sanders Peirce

Charles Sanders Peirce seorang ahli filsuf dari Amerika (1839-1914). Peirce selain seorang filsuf juga seorang ahli logika dan Peirce memahami bagaimana manusia itu bernalar. Peirce akhirnya sampai pada keyakinan bahwa manusia berpikir dalam tanda, maka diciptakannya ilmu tanda yang ia sebut semiotik. Semiotika baginya sinonim dengan logika. Secara harafiah ia mengatakan “Kita hanya berpikir dalam tanda”. Di samping itu ia juga melihat tanda sebagai unsur dalam komunikasi⁴².

Semakin lama ia semakin yakin bahwa segala sesuatu adalah tanda artinya setidaknya sesuai cara eksistensi dari apa yang mungkin. Dalam analisis semiotiknya Peirce membagi tanda berdasarkan sifat *ground* menjadi tiga kelompok yaitu *qualisigns*, *sinsigns* dan *legisigns*. *Qualisigns* adalah tanda-tanda yang

⁴¹ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013).

⁴² Marcel Danesi, *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan tanda berdasarkan suatu sifat. Contoh, sifat merah merupakan *qualisigns* karena merupakan tanda pada bidang yang mungkin. *Sinsigns* adalah tanda yang merupakan tanda atas dasar tampilan yang dalam kenyataan. Semua pernyataan individual yang tidak dilembagakan merupakan *sinsigns*. Sebuah jeritan bisa berarti kesakitan, keheranan atau kegembiraan. *Legisigns* adalah tanda-tanda yang merupakan tanda atas dasar suatu peraturan yang berlaku umum, sebuah konvensi, sebuah kode. Tanda lalu lintas adalah sebuah *legisigns*. Begitu juga dengan mengangguk, mengerutkan alis, berjabat tangan dan sebagainya⁴³.

Roland Barthes yang terkenal dengan esainya yaitu *Myth Today* mampu mengubah pandangan dunia mengenai suatu fenomena. Barthes memberikan satu contoh yang sering dikutip tentang cara signifikasi, mitos, dan ideologi⁴⁴. Dengan kemampuan Barthes di ranah semiotik tersebut menjadi sebuah fenomena tersendiri yang merubah dunia. Meskipun Saussure lebih terdahulu mengkaji mengenai semiotika, tetapi sumbangan pemikiran Barthes mampu memberikan pengaruh di dunia⁴⁵.

Sistem semiotika inilah yang membentuk dan membangun representasi mental, dan juga representasi mental inilah individu membuat klarifikasi atau kategori terhadap segala sesuatu yang bersifat artifisial yang ditangkap indera dari lingkungan dunia atau eksternal⁴⁶. Karena sesungguhnya semiotika manusia dibentuk oleh kata-kata yang berbasis pada ikon yang telah dikategorisasi, karena itu setiap sistem kognitif mewakili ikon dari objek

⁴³ Yasraf Amir Piliang, "Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi," *Jalasutra*, Yogyakarta, 2010, 266–67.

⁴⁴ Kartono K, *Pengantar metodologi riset sosial* (Bandung: Mandar Maju., 2013).

⁴⁵ Miles Mathew B dan Huberman A. Maichel, *Analisis Data Kualitatif; Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru (Penerjemah Tjetjep Rohendi Rohidi)* (Jakarta: UIP RESS., 1992).

⁴⁶ Abdul Halik, *Tradisi Semiotika dalam Teori dan Penelitian Komunikasi* (Makasar: Alauddin University Perss, 2012).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tertentu⁴⁷.

2. Semiotika Roland Barthes

A. Biografi Roland Barthes

Roland Barthes dikenal sebagai salah satu tokoh terkemuka dalam bidang Semiotika. Roland Barthes lahir di *Cherbourg* pada tahun 1915. Namun, Ia dibesarkan di kota *Bayonne* dan Paris, yang keduanya di Perancis. Ia berasal dari keluarga Protestan. Ayahnya seorang perwira Angkatan Laut yang terbunuh dalam tugas saat Barthes masih kecil. Masa kecilnya dihabiskan di *Bayonne*. Pada usia sembilan tahun, Ia pindah ke Paris bersama ibunya yang bekerja sebagai penjilid buku⁴⁸.

Pada tahun 1934, Ia terobsesi untuk masuk *Ecole Normale Superiure*. Namun, karena Ia terserang penyakit TBC menjadikannya batal untuk melanjutkan keinginannya. Barthes harus berobat di beberapa *sanatoria* di *Pyreness* dan *Alps*. Selama masa pengobatan, banyak hal yang dilakukannya. Di antaranya, Ia meluangkan untuk belajar tentang *Marxisme dan Eksistensialisme Sartre*. Setelah satu tahun berobat, Ia kemudian masuk ke Universitas *Sorbone* mengambil studi bahasa dan sastra Perancis serta studi klasik (Latin, Romawi dan Yunani). Selain itu, Ia juga aktif dalam teater dan drama-drama klasik bersama beberapa temannya⁴⁹.

Pada tahun 1948, Barthes menjadi dosen bahasa dan sastra Perancis di *Bukarest*, Rumania dan Kairo, Mesir. Selama menjadi dosen di *Bukarest*, Ia banyak belajar kepada *linguist* terkenal, yaitu A.J. Greimas. Ketika kembali ke Perancis, Ia bekerja di *Centre national de recherche Scientifique* (Pusat Nasional untuk Penelitian

⁴⁷ Alo Liliwari, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011).

⁴⁸ Roland Barthes, "Mythologies," *New york*, The Noonday Press, 1991, 108.

⁴⁹ Muhammad Mukhoyim, *Filsafat Bahasa* (Bandung: Pustaka Setia, 2013).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ilmiah) dan berhasil menerbitkan sejumlah artikel tentang sastra. Pengembaraan intelektualnya semakin tak tertahankan kala membaca karya Ferdinand De Saussure, *Course de Linguistic Generale*, pada tahun 1956. Ia menyadari adanya kemungkinan penerapan *semiology* diluar bidang linguistik. Barthes beranggapan bahwa *semiology* harus merupakan bagian dari linguistik dan bukan sebaliknya. Ia sepakat dengan E. Benveniste yang menekankan bahwa sekelompok tanda hanya baru bermakna apabila terbahasakan⁵⁰.

Sejak tahun 1960-an, Barthes tercatat sebagai seorang strukturalis terkemuka di Paris. Pemikiran-pemikirannya mampu mewarnai dinamika kehidupan Perancis di kalangan akademik maupun dalam politik kenegaraan. Dan, setelah tiga tahun sebelumnya ibunya meninggal dunia⁵¹, akhirnya Barthes menyusul wafat pada tahun 1980 dalam usia 64 tahun karena kecelakaan tragis yang menimpanya sebulan sebelumnya⁵². Tercatat, Barthes termasuk salah satu ilmuwan bahasa yang banyak melahirkan karya. Bahkan, pada dasawarsa terakhir pada masa keemasannya, Ia dapat menerbitkan satu buku hampir di setiap tahunnya. Di antara beberapa karyanya, ialah *Le Degree Zero de l'écriture* (1953), *Micheletpar Lui Meme* (1954), *Mythologies* (1957), *Sur Racine* (1963), *Elements de Semiologie* (1964), *Critique et Verite* (1966), *Systeme de la Mode* (1967), *S/Z* (1970) dan sebagainya.

B. Semiotika Roland Barthes

Semiotika berasal dari bahasa Yunani, *semeion* yang berarti tanda. Dalam versi lain, disebutkan juga berasal dari kata *semeiotikos* yang berarti teori tanda. Colbey menyatakan bahwa kata dasar semiotik berasal dari kata *seme* yang berarti penafsir tanda. Semiotik telah

⁵⁰ Mukhoyim.

⁵¹ Roland Barthes, *Membedah Mitos-mitos Budaya Massa; Semiologi atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Representasi* terj. Ikramullah Mahyuddin (Yogyakarta: Jalasutra, 2010).

⁵² Mukhoyim, *Filsafat Bahasa*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berkembang di Yunani sebagai cabang keilmuan sejak tahun 1990- an. Semiotika berasal dari studi klasik dan skolastik atas seni logika, retorika dan poetika. Menurut Ferdinand De Saussure, semiotika berarti ilmu yang menelaah tentang tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. Di samping itu, Ia juga merupakan sebuah model ilmu pengetahuan sosial yang disebut “tanda”. Setelah muncul adanya tanda tersebut, dilakukan rekayasa memunculkan adanya hubungan antara penanda dan petanda yang lazimnya tidak memiliki ketertarikan secara logis⁵³.

Semiotika merupakan bidang studi tentang tanda dan cara tanda-tanda itu bekerja. Tiga unsur utama yang digunakan dalam memahami studi tentang makna, ialah tanda, acuan tanda dan pengguna tanda. Apa yang dapat dipersepsi oleh indra kita secara langsung disebut sebagai tanda. Ia juga bersifat fisik yang mengacu pada sesuatu yang di luar tanda itu sendiri. Oleh karena itu, tanda itu bergantung kepada pengenalan oleh penggunanya. Misalnya, ada seseorang menggelengkan kepala. Hal ini dipahami sebagai tanda tidak setuju, maka makna dari tanda yang ditangkap ialah penolakan⁵⁴.

Salah satu tokoh populer yang menjadi pengikut Ferdinand De Saussure ialah Roland Barthes. Pemikiran semiotikanya merupakan hasil dari pengembangan dari konsep linguistik milik Saussure. Yang menjadi khas dari Saussure ialah bahwa ia menganggap bahasa sebagai sistem tanda⁵⁵. Sebagaimana diketahui, bahasa merupakan alat komunikasi terbaik bagi manusia yang dikelilingi oleh tanda-tanda. Barthes melihat tanda sebagai alat komunikasi sebuah ideologi yang memiliki makna konotasi untuk mempertegas nilai dominan dalam

⁵³ Hamidah dan Ahmad Syadzali, ““Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Fenomena Jilboobs”,” *Jurnal Studi Insania* 4, no. 2 (t.t.): 123.

⁵⁴ Mukhoyim, *Filsafat Bahasa*.

⁵⁵ Ali Imron, *Semiotika Al-Qur'an* (Yogyakarta: Teras, 2011).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masyarakat. Konotasi dimaknai sebagai label yang berisi perangkat tanda yang dapat dibawa dalam kondisi apapun⁵⁶.

Makna dibagi menjadi dua, yakni denotatif dan konotatif. Makna denotatif ialah sistem makna primer atau makna pertama. Sedangkan makna konotatif ialah sistem makna kedua. Barthes dalam hal ini mengemukakan bahwa denotatif merupakan tanda yang penandanya mempunyai tingkat konvensi yang tinggi dan tingkat keterbukaan maknanya rendah. Sebaliknya, walaupun konotasi merupakan sifat asli tanda, namun tetap dibutuhkan keaktifan pembaca untuk berfungsi⁵⁷. Sehingga, dapat dipahami jika makna denotasi merupakan makna *eksplisit* yang dapat langsung ditangkap oleh pembaca. Sedangkan makna konotasi merupakan makna kedua yang pemaknaannya bergantung kepada pembaca memaknainya.

Gambar 2.1 Gambar Peta Tanda Roland Barthes

1. Signifier (penanda)	2. Signified (petanda)	
3. Denotative sign (tanda denotatif)		
4. Connotative signifier (penanda konotatif)	5. Connotative signified (petanda konotatif)	
6. Connotative sign (tanda konotatif)		

Sumber: Sobur, 2013

Tanda dibagi menjadi dua, yakni penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Keduanya saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Bisa dikatakan, penanda merupakan elemen bentuknya. Sedangkan petanda menjadi konsepnya. Sehingga, penggabungan penanda dan petanda akan menjadi tanda. Bagi Roland Barthes, dalam metode yang diberlakukannya tidak berhenti dalam mengamati makna tanda saja

⁵⁶ Frizky Yulianti, "Komodifikasi Idealisme Feminisme dalam Industri Musik (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Video Klip Beyonce 'Run The World')," *Jurnal Komunikator* 3, no. 1 (2011): 101.

⁵⁷ Mukhoyim, *Filsafat Bahasa*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan melakukan pembedahan penanda dan petanda. Makna tersebut merupakan pemaknaan yang dilakukan sebatas pada lapisan pertama, yang disebut dengan makna denotasi. Oleh karena itu, perlu adanya pemaknaan pada lapisan kedua, yakni pada tataran makna konotasi. Jika keduanya telah dilakukan, maka akan timbul tanda kedua yang dikenal sebagai mitos dalam masyarakat⁵⁸.

C. Mitologi Roland Barthes

Roland Barthes menuliskan konsepnya tentang mitos secara jelas dalam bukunya, *Mythologie*. Dalam buku ini, Barthes memaparkan mengenai mitos, cara mitos terbentuk dan dilengkapi contoh-contoh mitos yang tersebar di Perancis saat itu. Selain menjadi kritik *ideologis* terhadap ideologi bahasa, buku ini juga dijadikan Barthes dalam menganalisis secara semiotik cara kerja bahasa budaya massa⁵⁹. Sehingga, dalam buku tersebut dapat ditelaah secara utuh konsep mitos yang dirumuskan oleh Roland Barthes.

Mitos sendiri merupakan suatu jenis tuturan (*a type of speech*) yang dapat terbentuk dari berbagai hal dengan ketentuan disampaikan sebagai wacana. Oleh karena itu, mitos tidak ditetapkan oleh obyek pesannya melainkan oleh caranya menyatakan pesan. Dari pengertian tersebut, dapat dipahami bahwa mitos tidak hanya terjadi pada bentuk tuturan moral saja melainkan juga dapat berbentuk hal lainnya. Misalnya, seperti tulisan, fotografi, film, pertunjukan, iklan, lukisan dan apa saja yang disampaikan dalam bentuk wacana⁶⁰. Dengan demikian, hal yang mendasari mitos ialah semua hal yang memiliki modus representasi.

Adapun sistem tanda yang dipakai dalam mitos merupakan sistem tanda tingkat kedua, yaitu sistem konotasi. Dengan sedemikian rupa,

⁵⁸ Frizky Yulianti, "Komodifikasi Idealisme Feminisme dalam Industri Musik (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Video Klip Beyonce 'Run The World')", 3, no. 1 (2011): 103.

⁵⁹ St. Sunardi, *Semiotika Negativa* (Yogyakarta: Kanak, 2002).

⁶⁰ Barthes, "Mythologies."



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mitos membangun maknanya dengan cara mengeksploitasi, merekayasa dan mempermainkan sistem tanda bahasa (sistem tanda pertama primer). Setelah itu, barulah kemudian dikaitkan dengan berbagai aspek psikologis, seperti perasaan, emosi atau keyakinan. Contohnya, seperti tanda yang terdapat dalam bunga mawar. Dalam hal ini ‘mawar’ merupakan sistem tanda pertama. Mawar di sini berarti bunga berwarna merah dengan tangkai yang berduri sebagaimana tampilan aslinya. Sedangkan, apabila menjadi sistem tanda kedua, ‘mawar’ dapat berarti cinta atau kasih sayang. Sehingga, dengan begitu dapat dipahami bahwa mitos tidak lagi sekedar memiliki makna pada tingkat primer (makna denotatif), melainkan terdapat makna lain yang tersembunyi (makna mitos) yang disebut makna konotasi⁶¹.

Berdasarkan penjelasan di atas dan melihat kecocokan apa yang akan peneliti teliti maka analisis semiotika Roland Barthes peneliti rasa sesuai dengan analisis yang peneliti akan lakukan, dengan melihat dimana peneliti akan melakukan analisis dengan melihat denotasi, konotasi, dan mitos yang ada dalam konten Youtube Vindes.

3. Maskulinitas

Maskulin berasal dari Bahasa Perancis, yaitu *Masculinine* merupakan sebuah kata sifat objektif yang berarti "kepriaan" atau menunjukkan sifat laki-laki. Lawan katanya adalah feminin. Istilah ini berbeda dengan "kejantanan" (yang lawan katanya adalah "kebetinaan"), istilah laki-laki sangat erat kaitannya dengan *manhood* atau bisa juga diartikan sebagai dunia laki-laki yang mengatur tentang bagaimana menjadi “*real men*” berdasarkan kultur tertentu. Dunia laki-laki atau *manhood* merupakan konstruksi sosial dan bukan muncul begitu saja dari aspek biologis⁶². Laki-laki dapat dikatakan maskulin jika: Gagah, kekar, lebih berpikir secara

⁶¹ Barthes, *Membedah Mitos-mitos Budaya Massa; Semiotologi atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Representasi terj. Ikramullah Mahyuddin.*

⁶² Rizki Kurniawan, *Representasi Citra Diri Laki-laki dalam Iklan* (Bandar Lampung: Fisip Universitas Lampung, 2017).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

logika dari pada perasaan. Biasanya maskulin kerap dihubungkan dengan gambar pria berotot besar dan macho⁶³.

Maskulinitas merupakan suatu hal yang melekat pada pria. Pria berperan besar dan memiliki andil dalam tatanan kehidupan sosial masyarakat, karena pria telah terkonstruksi secara sosial sebagai makhluk yang kuat, yaitu seorang pemimpin dan pemberani⁶⁴. Pengelompokan gender berdasarkan sifat dan karakternya sudah terbentuk dari saat manusia bayi.

Maskulinitas sudah diatur semenjak dari bayi, kemudian akan diberi batasan-batasan sesuai jenis kelamin, dan memperoleh hak tertentu. “Ini anak laki-laki” atau “ini anak perempuan” ketika bayi lahir perbedaan inilah yang membuat setiap orang mengatakan bahwa faktor biologis berpengaruh pada perilaku gender⁶⁵. Maskulinitas dapat dikatakan suatu konsep yang hadir sebagai konstruksi sosial.

Berbagai konsep itu seperti watak, peran, perilaku, sifat, hingga definisi makna tertentu yang sudah dikaitkan pada pria. Maskulinitas merupakan sesuatu struktural yang ada di masyarakat, konsep tentang maskulinitas sengaja dibentuk di kehidupan masyarakat. Konstruksi maskulin muncul dari berbagai interaksi yang melibatkan banyak nilai yang berkembang di tengah masyarakat⁶⁶.

Konstruksi dibentuk dengan proses yang sangat panjang sehingga bersifat dinamis⁶⁷. Di Indonesia berbagai aturan serta atribut mengenai maskulinitas telah di dapat dimulai dengan hal yang sederhana seperti ritual adat, ajaran agama, pola asuh, jenis permainan, jenis tayangan

⁶³ Connell R. W., dan Messerschmidt J.W, “Hegemonic Masculinity Rethinking the Concept,” *Gender & Society* 19, no. 6 (2005): 829–59.

⁶⁴ Tjandra, N. S, “Representasi Maskulinitas dalam Video Youtube ‘Vindes’.”

⁶⁵ Tanjung S, *Identifikasi Strategi Representasi Maskulinitas pada Majalah Transnasional di Indonesia* (Journal Communication, 2015).

⁶⁶ Wibowo L. S, *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011).

⁶⁷ Kurnia, *Representasi Maskulin Dalam Iklan* (Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, 2004).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

televisi, hingga buka bacaan dan filosofi hidup⁶⁸. Empat hal tentang keberagaman maskulinitas yaitu, pertama maskulinitas memiliki perbedaan antara satu budaya dengan budaya lainnya. Kedua, maskulinitas di dalam masyarakat tidak statis tetapi berkembang dari masa ke masa. Ketiga, maskulinitas itu berubah-ubah dalam siklus kehidupan seseorang. Keempat, pemaknaan tentang maskulinitas bervariasi dalam masyarakat⁶⁹.

Pengamatan maskulinitas di dalam dua era-perkembangan maskulinitas ini memiliki perbedaan yang sangat mendasar yaitu pada maskulinitas konservatif maskulinitas ditampilkan dengan bawaan dari pria itu sendiri yang timbul secara alamiah dan biologis sedangkan maskulinitas pada era-modern ini pria diminta untuk menampilkan atau memperlihatkan maskulinitasnya dimulai dari bentuk tubuh yang kekar, berotot yang ditampilkan kepada khalayak untuk bisa diakui sebagai pria yang maskulin. Namun konstruksi yang dibentuk oleh masyarakat tentang definisi maskulinitas itu sendiri terkadang berbeda dengan kenyataan yang ada di masyarakat. Karena terkadang hanya sebagian pria yang mampu ataupun bisa memenuhi kualifikasi sebagaimana maskulinitas itu diartikan dan telah ditetapkan oleh norma maskulinitas⁷⁰.

Ketika maskulinitas dikaitkan dengan humor maka hal itu akan berbeda, adanya perbedaan humor yang dihasilkan oleh pria dan perempuan pasti tentunya dipengaruhi oleh faktor gender. Humor merupakan suatu hiburan untuk memperoleh kegembiraan dan menghilangkan stres dan humor merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia. Sosiolog Janet Saltzman Chafetz menjelaskan tujuh indikator maskulin dalam masyarakat yaitu⁷¹:

- 1) Fisik: Jantan, atletis, kuat, berani. Tidak peduli terhadap

⁶⁸ Demartoto Argyo, "Tubuh Perempuan Dalam Konstruksi Teoritik Postmodernism," *Sosiologi Dilema Surakarta: Jurusan Sosiologi* 30, no. 2 (2012).

⁶⁹ Kimmel M, *Masculinities*, (In: M. K. a. A. Aronson, ed. *Masculinities: A Social, Cultural, and Historical Encyclopedia* (Santa Barbara: ABC Clio, 2004).

⁷⁰ S, Tanjung. *Identifikasi Strategi Representasi Maskulinitas pada Majalah Transnasional di Indonesia*. Journal Communication, 2015.

⁷¹ Saltzman Chafez, *maskulinitas tradisional dalam kebudayaan barat*, 1974.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penampilan dan proses penuaan.

- 2) Fungsional: Pencari nafkah, penyedia.
- 3) Emosional: Tidak emosional, selalu tenang.
- 4) Intelektual: Logikal, intelektual, rasional, obyektif, praktikal.
- 5) Interpersonal: Pemimpin, mendominasi, disiplin, mandiri, individualis.
- 6) Karakter personal lainnya: Berorientasi sukses, ambisius, bangga, egois, bermoral, dapat dipercaya, penentu, kompetitif, berjiwa petualang.

Adanya konsep maskulinitas di atas membuat kita paham apa artinya menjadi “laki-laki ideal” di dalam budaya kita, oleh karena itu kebudayaan terus menciptakan maskulin-maskulin baru dalam keluarganya sebagai suatu prestise yang seolah-olah dimiliki secara genetis oleh laki-laki⁷².

4. YouTube

Menurut Dr. Rulli Nasrullah, Youtube adalah media sosial berbasis internet dengan konten video. Di dalam media tersebut dapat memberikan beragam informasi dengan cara membuat *channel* (kanal). Pemilik *channel* tersebut adalah khalayak yang mempunyai akun. Dari setiap *channel* tersebut pengguna dapat mengunggah video dengan berbagai macam kategori. Proses unggahan video tersebut seperti gambaran pada sebuah *channel* televisi yang dikemas dalam media sosial⁷³.

Sejarah Youtube, menurut Kukuh Prakoso yaitu dimulai dari ide sederhana berbagi video (*video sharing*) yang digagas oleh 3 orang pegawai *Paypal* (sejenis layanan transfer keuangan di internet) yang kala itu sedang mengikuti sebuah pesta. Saat pesta telah usai, tiga orang tersebut kebingungan ingin berbagi video yang telah direkam. Yang menyulitkan adalah perbedaan format dan *codec* (program pembaca file

⁷² Merdeka P, *Representation Of Masculinity In Twilight Film*. Media Kampus, 2013.

⁷³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, dan Kebijakan* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

multimedia) dari video yang telah diambil untuk dibagikan. Maka muncul gagasan untuk membuat layanan berbagi video secara *online*⁷⁴.

Gambar 2.2 Pendiri Youtube



Sumber: Google.com/Screenshot Ilham Maesa

Adapun sosok yang berhasil merealisasikan ide tersebut Steve, Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim. Mereka adalah para pendiri media sosial Youtube. Ide tersebut berawal dari di garasi milik Chad Hurley, mereka selanjutnya menyederhanakan proses berbagi video secara *online* tersebut. Awal pembuatan media sosial Youtube pada Februari 2005, versi uji peluncuran dilakukan pada bulan Mei 2005. Saat melakukan uji coba tersebut, data hari terakhir akses terhadap media tersebut pengguna telah menonton 3 Juta video dan melakukan unggah video (*upload*) hampir 8 Juta setiap harinya. Maka peluncuran secara resmi dilakukan pada bulan Desember 2005⁷⁵.

Keterangan terkait misi YouTube adalah sebagai berikut⁷⁶:

- 1) Misi kami adalah memberi kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang.

⁷⁴ muhammad, "Manajemen Produksi Kanal Youtube Diskominfo Pekanbaru Dalam Penyajian kegiatan Pemko Pekanbaru."

⁷⁵ Kuku Prakoso, *Lebih Kreatif Dengan YouTube* (Yogyakarta: Andi Offset.4., 2009).

⁷⁶ Shireen Sungkar, *Journal Communication* (Jakarta: wawancara dikediaman shireen, 2019).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Kami yakin setiap orang berhak menyampaikan pendapat, dan dunia akan menjadi tempat yang lebih baik jika kita bersedia mendengar, berbagi, dan membangun komunitas melalui kisah-kisah yang kita miliki.

Misi tersebut didasarkan pada nilai yang dimiliki yaitu empat kebebasan utama yang menentukan siapa kita, berikut penjelasannya⁷⁷:

- 1) Kebebasan Berekspresi kami yakin setiap orang harus punya kebebasan untuk berbicara, menyampaikan pendapat, mengadakan dialog terbuka, dan kebebasan berkreasi dapat menghasilkan suara, format, dan kemungkinan baru.
- 2) Kebebasan Mendapatkan informasi kami yakin setiap orang harus memiliki akses yang mudah dan terbuka untuk mendapatkan informasi. Selain itu, video adalah media yang paling berpotensi untuk pendidikan, membangun pemahaman, dan mendokumentasikan peristiwa di dunia, baik yang besar maupun kecil.
- 3) Kebebasan Menggunakan peluang kami meyakini bahwa setiap orang harus punya peluang untuk ditemukan, membangun bisnis, dan meraih sukses sesuai keinginannya sendiri. Mereka jugalah yang menentukan hal apa saja yang populer, bukan pihak-pihak tertentu.
- 4) Kebebasan Memiliki tempat berkarya kami meyakini bahwa setiap orang perlu menemukan komunitas yang saling mendukung satu sama lain, menghilangkan perbedaan, melampaui batas-batas diri, dan berkumpul bersama atas dasar minat dan *passion* yang sama.

Pada umumnya media sosial seperti YouTube memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Menurut Abraham A. dalam bukunya yang berjudul Sukses menjadi Artis dengan YouTube

⁷⁷ Purwanto, "The Performative of Indonesian Youtubers in Creating a New Genre of Comedy."



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah sebagai berikut⁷⁸:

- 1) Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
- 2) Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana *Information*, *Sharing*, dan *Comment*.
- 3) Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk *update* teknologi informasi.
- 4) Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
- 5) Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelijen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana Citizen Jurnalisme.
- 6) Selanjutnya mungkin adalah sebagai media kreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan *game* dan lain sebagainya.

Sebagai media sosial pada umumnya tentunya YouTube memiliki kelebihan dan kekurangan, adapun kelebihan dan kekurangan YouTube Pada umumnya adalah⁷⁹:

- 1) Dapat menonton video walaupun tidak terdaftar dan pengguna yang sudah terdaftar bisa mengunggah videonya ke YouTube.
- 2) Untuk membuat konten milik sendiri.
- 3) Dapat mendownload video melalui bantuan situs seperti *www.savefrom.net* dengan cara menaruh *link* video yang ingin di *download* ke situs tersebut.
- 4) Sangat banyak beragam videonya.
- 5) Video beresolusi bagus.

⁷⁸ A Abraham, *Sukses menjadi Artis dengan YouTube* (Surabaya: Reform Media, 2011).

⁷⁹ Maulida, L., "Jumlah pengguna unik youtube di indonesia capai 93 juta."



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 6) Melihat tutorial, musik dan lain-lain.
- 7) Mempromosikan barang.

Sedangkan kekurangan menggunakan Youtube, di antaranya sebagai berikut :

- 1) Penggunaanya dapat menyalahgunakan, seperti mengunggah video yang tidak baik.
- 2) Informasi yang sangat banyak, perlu disaring oleh penonton agar tidak sesat.
- 3) Tidak semua video layak ditonton bahkan terdapat konten pornografi.
- 4) Memerlukan koneksi yang cepat agar pengguna dapat menonton dengan lancar.

Youtube merupakan sebuah situs web berbagi video yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, situs ini memanjakan penggunaanya untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video⁸⁰. Youtube merupakan bagian dari *New Media* yaitu media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara *public*⁸¹. Youtube juga memiliki misi memberikan kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukkan kepada setiap orang dengan memberikan kebebasan berekspresi, kebebasan mendapatkan informasi, mendapatkan menggunakan peluang, dan kebebasan memiliki tempat berkarya⁸².

Pada tahun 2006 di bulan November, bahkan *Google* mampu membeli Youtube dengan harga US\$ 1,65 miliar⁸³. Layanan yang diakuisisi Google pada November 2006 ini kini berkembang menjadi komunitas video terbesar di internet. segenap fasilitas yang dimiliki Youtube memungkinkan siapa saja membangun komunitas yang menyatukan

⁸⁰ Kuku Prakoso, *Lebih Kreatif Dengan YouTube* (Yogyakarta: Andi Offset, 2009).

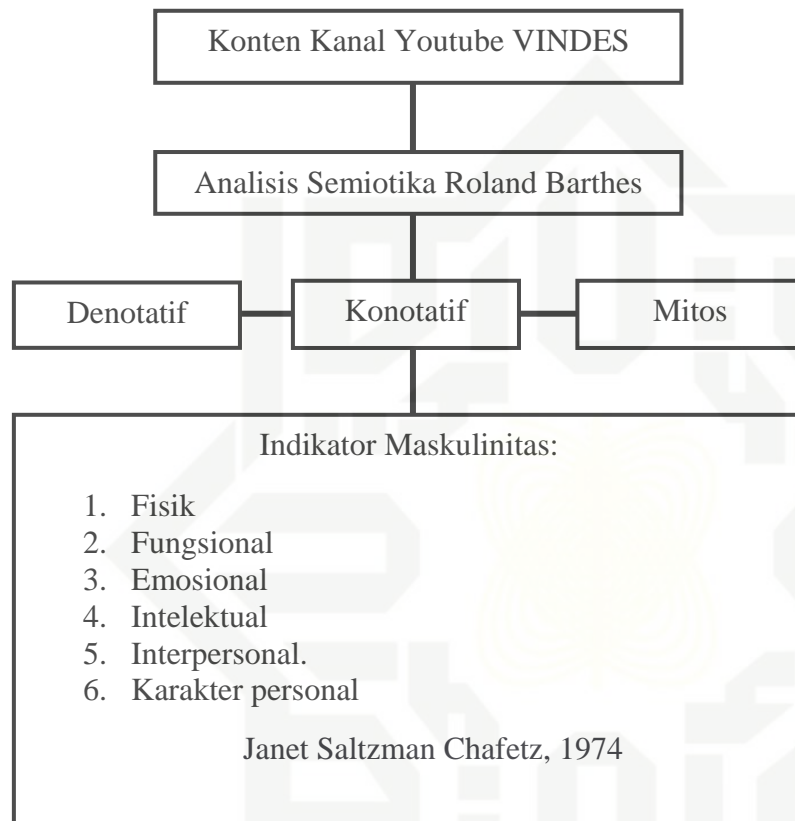
⁸¹ Maulida, L., "Jumlah pengguna unik youtube di indonesia capai 93 juta."

⁸² Budiastuti, "Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam."

⁸³ Ketut Ni Susrini, *Beken dengan Youtube* (Jakarta: PT. Grassindo., 2010).

individu-individu dengan minat yang sama, seperti memasak, kesehatan, kebugaran, hingga musik video bimbingan belajar dari pendidikan, bahkan video-video *vlog* kegiatan acara pemerintahan pun ada⁸⁴.

2.3. Kerangka Pemikiran



Sumber: Pemikiran Penelitian

⁸⁴ Ni Ketut Susrini, *Beken dengan Youtube* (Jakarta: PT. Grassindo., 2010).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi yang dilakukan secara metodologi, sistematis, dan konsisten. Menarik kesimpulan dari pembahasan tersebut, bahwa sistem dan metode yang dipergunakan untuk memperoleh informasi atau bahan materi suatu pengetahuan ilmiah yang disebut dengan “metodologi ilmiah”⁸⁵.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, dan orang secara individual maupun kelompok⁸⁶.

Analisis semiotika model Roland Barthes yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan tiga indikator yaitu denotasi, konotasi, dan mitos⁸⁷.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan analisis Semiotik, maka lokasi penelitian tidak seperti yang dilakukan penelitian dilapangan, penelitian ini dilaksanakan di tempat yang terdapat perangkat tertentu yang dapat memudahkan peneliti menyaksikan dan menganalisa isi dari konten⁸⁸, sedangkan waktu yang digunakan dalam penelitian ini di mulai dari bulan Februari 2023 hingga selesai.

3.3. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah dua yaitu:

⁸⁵ Bungin Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, 2007.

⁸⁶ Moleong Edisi, Lexi, *Metodologi Penelitian* (Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya, 2004).

⁸⁷ Burhan, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. 2007.

⁸⁸ Dedy Mulyana, *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

- 1) Data primer dalam penelitian ini didapatkan langsung dengan pemilihan tayangan dalam konten kanal Youtube Vindes, kemudian ditelaah dan dipilih gambar dari adegan-adegan yang berkaitan dengan penelitian, berhubung permasalahan yang akan dikaji berupa analisa konten⁸⁹.
- 2) Data sekunder merupakan data pendukung relevan yang dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini⁹⁰. Data sekunder dapat diperoleh dari literatur-literatur yang mendukung data primer seperti kamus, buku, berita surat kabar, artikel, jurnal, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian penulis.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan ada dua, yaitu:

1) Observasi

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis peristiwa yang diselidiki⁹¹. Studi ini dilakukan dengan mengamati objek secara langsung dan mencatat hasil pengamatan tersebut. Subjek penelitian ini adalah konten kanal Youtube Vindes.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa masa lalu. Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar atau karya monumental seseorang⁹². Studi dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data berupa video konten kanal Youtube Vindes yang diunduh melalui salah satu *website* di internet.

⁸⁹ Ardianto Elvinaro, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011).

⁹⁰ Ruslan Rosady, *Metode Penelitian PR Dan Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada., 2003).

⁹¹ Elvinaro, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, 2011.

⁹² Ardianto Elvinaro, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.5. Validasi Data

Penelitian kualitatif dapat menggunakan analisis trigulasi, yang dimana pada dasarnya analisis trigulasi merupakan pendekatan yang mempunyai multimode yang akan diteliti pada proses pengumpulan data dan menganalisis data dalam menguji keabsahan data. Sumber-sumber data yang akan memvalidasi data peneliti, yaitu⁹³:

- 1) Menonton Konten Vindes dari platform Youtube
- 2) Penggalan dari setiap potongan tayangan pada konten Vindes menjadi beberapa bagian pada konten Vindes
- 3) Data yang diperoleh melalui referensi buku, artikel, jurnal, skripsi, tesis, dan juga internet yang dapat membantu dalam memperoleh informasi untuk penelitian ini

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data, peneliti menggunakan analisis data kualitatif. Data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat atau cerita, baik dari wawancara mendalam, observasi maupun dokumen. Setelah data terkumpul, data hasil observasi dan dokumentasi dianalisis dengan klasifikasi. Begitu pula dengan tiap-tiap faktor yang lain serta setelah itu hendak dianalisis memakai semiotika Roland Barthes⁹⁴. Buat keakuratan informasi, riset ini ditunjang dengan tata cara kualitatif dengan penyajian format dalam wujud tabel, serta foto desain. Dalam riset ini, periset menempatkan posisi selaku fasilitator yang berupaya menafsirkan pesan-pesan dalam konten kanal Youtube Vindes. buat berikutnya totalitas analisis nantinya hendak di informasikan dalam wujud penjelasan deskriptif⁹⁵.

⁹³ Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017).

⁹⁴ Budyatna Muhammad dan Leila Mona Ganiem, *Teori Komunikasi Antar Pribadi* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011).

⁹⁵ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi. Bandung* (PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2004).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Profil Channel Youtube Vindes

Vindes merupakan sebuah kanal Youtube yang dibuat oleh dua komedian Indonesia, yaitu Vincent Rompies dan Desta Mahendra. Kanal Youtube ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2018 dan saat ini memiliki lebih dari 1,5 juta pengikut (*subscriber*) dan telah mengunggah ratusan video. Youtube Vindes menampilkan konten video lucu yang beragam, seperti sketsa, parodi, vlog, hingga *game show*.

Vincent Rompies dan Desta Mahendra sudah lama bersahabat, berawal dari band *Club Eighthies*, mereka kemudian menjadi duet presenter yang dicintai banyak orang di Indonesia. Di masa pandemi, mereka makin mengembangkan sayap di dunia hiburan. Saat ini, Vincent dan Desta telah mendirikan sebuah perusahaan yang diberi nama Vindes Corp.



Gambar 4.1 profil vindes
Sumber: Google Image



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Vincent dan Desta mengaku awalnya sama sekali tak punya rencana untuk membangun perusahaan. Mereka hanya iseng membuat konten YouTube, dan ternyata dapat respons positif dari masyarakat. Vincent dan Desta mendirikan perusahaan untuk meresmikan, menertibkan administrasi yaitu PT. Vakansi Dedikasi Semesta.

Vincent dan Desta kini memiliki banyak mimpi untuk Vindes Corp di masa depan. Mereka pun menjelaskan program apa saja yang akan dibuat oleh perusahaan tersebut. Mereka berdua berencana akan membuat festival musik, mungkin Vindes festival. Mereka juga ingin membuat store fisik di kantor, dan juga akan membuat Vindes sport yang awal tahun ini jadi stepping stone. Selain itu, mereka juga ingin membuat sebuah pameran seni. Vincent dan Desta ingin kembali lagi ke akar mereka sebagai seorang seniman.

Vincent Ryan Rompies atau lebih akrab disapa Vincent dan Deddy Mahendra Desta yang akrab disapa Desta merupakan dua sahabat dekat. Persahabatan mereka berdua dimulai ketika berkuliah di IKJ (Institut Kesenian Jakarta), awal pertemuan mereka sebenarnya adalah Desta merupakan teman dari abang Vincent yaitu Cliffon Jesse Rompies, dari pertemanan Desta dengan Cliffon lah Vincent mulai akrab juga dengan Desta apalagi mereka berdua sama-sama berkuliah di IKJ pada waktu itu meskipun berbeda angkatan. Persahabatan mereka semakin dekat setelah mereka berdua tergabung dalam grup band *Clubeighties* pada tahun 1998 hingga akhirnya mereka berdua sama-sama mengundurkan diri dari grup band *Clubeighties* dan kembali mendirikan band pada tahun 2009 dengan nama The Cash yang sekarang memiliki personel Vincent, Desta, Tora dan Ringgo. Awal persahabatan bromance mereka semakin dikenal oleh orang banyak ketika mereka berdua sama-sama membawakan program acara yaitu MTV Bujang pada tahun 2005 yang ketika itu menjadi salah satu program acara TV dengan rating yang tinggi, selain itu mereka berdua juga telah banyak bermain film secara bersama, yang terbaru adalah *Pretty Boys* pada tahun 2019. Persahabatan Vincent dan Desta dihitung sudah sekitar 27 tahun lamanya. Akan tetapi Vincent dan Desta sempat bersolo karier hingga pada akhirnya

mereka kembali dipersatukan dalam suatu acara variety show seperti *podcast* Vindes ini.

4.2 Vincent Ryan Rompies

Vincent Ryan Rompies atau pria yang akrab disapa dengan Vincent ini, lahir di Jakarta, 29 Maret 1980. Vincent merupakan anak dari pasangan Bapak Jan Rompies dan Ibu Hariyati. Pada tahun 2005, Vincent menikah dengan Irfita Karina Karamoy dan dikarunia tiga orang anak. Irfita Karina Karamoy dulunya bekerja sebagai seorang penyiar di salah satu penyiaran radio, perkenalan Irfita dan Vincent merupakan hasil dari usaha pengenalan yang dilakukan oleh sahabatnya Desta, ketika itu Desta juga sama-sama bekerja dengan Irfita sebagai penyiar disalah satu stasiun penyiaran radio yang sama.



Gambar 4.2 Foto Vincent Ryan Rompies

Sumber: Google Image

Vincent memulai karirnya dengan menjadi bassis grup band *Clubeighties* pada tahun 1998. Kemudian namanya semakin terkenal setelah menjadi pembawa acara dari program MTV Bujang bersama Desta. Vincent memang terkenal dengan multitalenta bukan hanya menjadi seorang musisi tapi ia juga pernah menjadi penyiar radio di Radio Humor 77 FM dan ia juga pernah bermain film, film pertama yang ia mainkan adalah Mendadak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dangdut hingga film terakhir yang baru-baru ia mainkan adalah *Pretty Boys* pada tahun 2019. Selain itu ia juga banyak membintangi berbagai macam acara televisi yang bergenre komedi seperti *Ups Salah* 2012, *Alkisah* 2018 dan masih banyak lagi.

Tentunya setelah sekian lama berada di industri hiburan tanah air Vincent pernah meraih beberapa penghargaan salah satunya adalah *Panasonic Gobel Awards* pada tahun 2012 dengan kategori presenter *reality show*. Dan juga ia masih menekuni hobi musiknya dengan membentuk band *The Cash* dan bergabung dengan *Goodnight Electric* setelah ia mengundurkan diri dari band *Clubeighties*.

4.3 Deddy Mahendra Desta

Deddy Mahendra Desta atau akrab yang disapa Desta merupakan pria kelahiran Solo, 15 Maret 1977. Desta merupakan anak dari pasangan Bapak Prakosa Hadiwijaya dan Ibu Tina Prakosa. Pada tahun 2013 Desta menikah dengan Natasha Rizky Pradhita yang lebih muda 16 tahun dari Desta. Mereka berdua telah dikarunia tiga orang anak, pertemuan awal mereka adalah ketika Desta dan Natasha sama-sama bermain di sinetron *Si Biang Kerok*.



Gambar 4.3 Foto Deddy Mahendra Desta
Sumber: Google Image



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Destia mengawali karirnya sebagai seorang penyiar radio disalah satu stasiun penyiaran radio, lalu pada akhirnya bersama Vincent dan teman yang lainnya mendirikan sebuah band yaitu Clubeighties sebagai seorang drummer, hingga pada akhirnya ia mengeluarkan diri bersama Vincent dan pada tahun 2009 mereka kembali mendirikan sebuah yang diberi nama *The Cash*.

Destia merupakan seorang yang multitalenta sama dengan Vincent, selain menjadi seorang penyiar radio dan musisi ia juga berbakat di dalam dunia akting. Ketertarikan Destia terhadap dunia akting sudah terlihat ketika ia mulai berkuliah di IKJ dengan mengikuti teater di kampusnya. Ada banyak film yang ia bintang seperti *Get Married*, *Si Jago Merah* dan masih banyak lagi.

Selain terkenal sebagai penyiar radio, musisi dan aktor, Destia juga terkenal sebagai salah satu komedian di Indonesia. Awal karir komedinya adalah ketika ia ikut bermain di salah satu program acara komedi di salah satu stasiun televisi yaitu *Opera Van Java* bersama beberapa komedian terkenal seperti Sule, Andre, Azis Gagap, Parto dan Nunung. Hingga namanya semakin terkenal dan memiliki banyak program acara di berbagai stasiun televisi, membintangi berbagai film serta sitkom dan membawakan berbagai macam acara.

4.4 Choirul Anwar

Choirul Anwar atau yang beken dengan Coki Anwar merupakan pelawak tunggal atau komika kelahiran Pati, Jawa Tengah 2 Januari 1985 atau 33 tahun yang lalu. Coki adalah salah satu komika jebolan komunitas stand up komedi Indo Jogja yang beberapa lalu ikut stand up di Indosiar.



Gambar 4.4 Foto Choirul Anwar
 Sumber: Google Image

Gaya stand up Coki dikenal berbeda dari yang lainnya, di mana ia punya pesona yang kuat, terlihat kejam dan temperamen, *cool man* atau tidak mudah tertawa saat membawakan materi. Dan materi yang ia bawakan biasanya aneh dan absurd dan tidak lazim, sehingga inilah yang mengundang gelak tawa dari penonton. Nama Coki mulai melambung saat mengikuti Stand Up Akademi season 2 (SUCA 2) yang diadakan Indosiar pada 2016 lalu.

Coki merupakan alumni dari salah satu kampus di Yogyakarta jurusan teknik mesin dan pernah bekerja di instansi pemerintah, sebelum akhirnya ikut Stand Up comedy, ia juga pernah menjadi editor salah satu surat kabar di Yogyakarta. Stand Up indo Jogja merupakan tempat pertama Coki berkembang yang ia masuki pertama di tahun 2014. Ia juga menjadi komika reguler di komunitas stand up Indo Jogja hingga sekarang.

Gaya stand up Coki yang berbeda dari yang lainnya, persona yang unik, yakni kuat, songong, tempramen dan terlihat kejam, seakan mengintimidasi penonton saat berbicara, serta *cool man* atau tidak mudah tertawa saat tampil, didukung dengan badannya yang atletis dan bugar, ia melontarkan materi komedi yang absurd dan aneh sehingga mengundang gelak tawa dari penonton.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Selanjutnya setelah dari SUCA 2, Coki mengikuti kompetisi stand up comedy yang ke tujuh yang diadakan Kompas TV. Dan akhirnya ia mendapat golden ticket dan lolos masuk ke babak final ke SUCI 7. Perlu diketahui Coki merupakan komika SUCA 2 pertama yang berhasil menembus SUCI semusim setelahnya dan komika satu-satunya kala itu yang bisa melakukannya. Prestasi Coki di bidang stand up comedy bisa di bilang cukup menggembirakan. Karena ia berhasil masuk ke babak 8 besar SUCA 2 yang diadakan oleh Indosiar di tahun 2016. Setelahnya ia pun berhasil masuk ke babak grand final dengan masuk pada 5 besar Stand Up Comedy (SUCI) season 7 tahun 2017 di Kompas TV.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Maskulinitas bukan hanya dapat ditandai pada peran, karakter dan atribut sosial yang dimiliki oleh pria di dalam ruang sosial. Maskulinitas juga dapat ditandai dengan adanya perbedaan humor yang ditampilkan oleh pria. Hal ini dibuktikan pada penelitian yang berjudul Analisis Semiotika Maskulinitas Humor Vincent dan Desta dalam Konten Kanal Youtube Vindes. Penelitian bagaimana maskulinitas humor ditampilkan dalam Kanal Youtube Vindes yang dibawakan oleh Vincent dan Desta dengan Analisis Semiotika Roland Barthes untuk mengetahui unsur Maskulinitas dengan enam indikator diantaranya: Fisik, Fungsional, Emosional, Intelektual, Interpersonal, Karakter Personal. Diperoleh kesimpulan bahwa, maskulinitas humor Vincent dan Desta pada Kanal Youtube Vindes didukung dengan adanya faktor kedekatan atau keintiman yang disebut dengan istilah bromance. Adanya ikatan bromance membuat Vincent dan Desta berani menampilkan humor yang bersifat kritikan, ejekan, dan candaan sesama teman bromance nya, karena sudah adanya rasa saling percaya, saling memahami dan mengenal, dan saling mendukung satu sama lain. Sehingga maskulinitas humor yang ditampilkan pada hubungan bromance tidak memiliki batasan dan bebas dalam mengekspresikan emosional termasuk humor yang dapat menimbulkan ketersinggungan.

Maskulinitas humor dalam Kanal Youtube Vindes yang dibawakan oleh Vincent dan Desta ditampilkan dalam bentuk humor kognitif dan afektif pada pria, secara kognitif pria cenderung mampu berpikir cepat dan lebih melibatkan logika sehingga membuat pria mampu dengan cepat berpikir untuk memanipulasi pengetahuan menjadi bahan humor seperti perbedaan budaya, bahasa, pelesetan kata dan kalimat. Lalu secara afektif Vincent dan Desta sengaja memanipulasi karakter sosial yang seharusnya digambarkan oleh pria di masyarakat tetapi ditampilkan berbeda sehingga hal ini membuat orang yang menonton tertawa,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



seperti pria yang mudah sedih dan menangis, tentunya dengan pembawaan yang lucu membuat para penonton tertawa.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran yang dapat diimplementasikan, antara lain:

Peneliti percaya bahwa akan ada perbedaan maskulinitas humor yang ditampilkan, karena maskulinitas merupakan kajian ilmu yang memiliki banyak aspek untuk dipelajari atau diteliti, serta karakteristik dan definisi maskulinitas yang selalu dinamis dan berkembang menyesuaikan dengan perkembangan zaman, oleh karena akan ada perbedaan maskulinitas humor yang ditampilkan, sehingga penelitian tersebut bisa mendapatkan temuan-temuan baru tentang humor secara maskulin dan mengembangkan teori-teori yang sudah ada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- A Abraham. *Sukses menjadi Artis dengan YouTube*. Surabaya: Reform Media, 2011.
- Antrock, J.B. *Adolescence. Perkembangan masa remaja edisi keenam Alih Bahasa: Achmad Chusairi dan Juda Damanik*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Argyo, Demartoto. "Tubuh Perempuan Dalam Konstruksi Teoritik Postmodernism." *Sosiologi Dilema Surakarta: Jurusan Sosiologi* 30, no. 2 (2012).
- Arif Kurniawan, "Creating a New Wave of Comedians in Indonesia: The Emergence of YouTube as a Platform for Comedy," *Asian Journal of Social Science* 47, no. 6 (2019): 728-750.
- Azhar Pratama, M. A., "Stereotip Maskulinitas Pria Melalui Representasi Tayangan Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan Head & Shoulders Versi Joe Taslim x Fadil Jaidi)." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 3 (2023): 101–9.
- Barthes, Roland. *Membedah Mitos-mitos Budaya Massa; Semiologi atau Sosiologi Tanda, Simbol dan Representasi terj. Ikramullah Mahyuddin*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- . "Mythologies." *New York*, The Noonday Press, 1991, 108.
- Budiastuti, Dewi Retno. "Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam." *Jurnal Public Relations-Jpr* 3, no. 1 (2022): 61–62.
- Burhan, Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, 2007.
- Cayari, C. "The youtube effect: How youtube has provided new ways to consume, create, and share music." *International journal of education & the arts* 12, no. 6 (2017).
- Chafez, Saltzman. *maskulinitas tradisional dalam kebudayaan barat*, 1974.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Chandra, E. “Youtube, citra media informasi interaktif atau media penyampaian aspirasi pribadi.” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni* 1, no. 2 (2017): 406–17.
- Danesi, Marcel. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). “Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*” 6, no. 1 (2017): 93-63.
- Defa Wibowo. *Representasi Maskulinitas Pada Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Televisi Axe Body Spray Jefri Nichol, 2019*.
- Demartoto Argyo, “Tubuh Perempuan Dalam Konstruksi Teoritik Postmodernism,” *Sosiologi Dilema* Surakarta: Jurusan Sosiologi 30, no. 2 (2012).
- Deviana, L. “Representasi Maskulinitas dalam Iklan Televisi (Analisis Maskulinitas dalam Iklan L-Men Gain Mass `Kenny Austin` 2017).” *Jurnal Komunikasi.*, 2018.
- Edisi, Lexi, Moleong. *Metodologi Penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya, 2004.
- Elvinaro, Ardianto. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- . *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Fadli Nugraha, “Exploring the Narrative Strategies of Vindes Comedy Videos on YouTube. *Lingua Cultura*” 14, no. 3 (2020): 242–50.
- Galih Purwanto, “The Performative of Indonesian Youtubers in Creating a New Genre of Comedy,” *Journal of Malaysian Communication* 35, no. 4 (2019): 135–49.
- Gede Lingga Ananta Kusuma Putra. *Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube*. Sekolah Tinggi Desain Bali, 2019.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Gracia, D. "Memaknai Dominasi Maskulin dalam Komedi Situasi Tetangga Masa Gitu." *Jurnal Komunikasi*, 2018.
- Halik, Abdul. *Tradisi Semiotika dalam Teori dan Penelitian Komunikasi*. Makasar: Alauddin University Perss, 2012.
- Hamidah, dan Ahmad Syadzali. "“Analisis Semiotika Roland Barthes Tentang Fenomena Jilboobs”." *Jurnal Studi Insania* 4, no. 2 (t.t.): 123.
- Imron, Ali. *Semiotika Al-Qur'an*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Iqbal Aditya Amrullah. *Representasi Maskulinitas Dalam Film Green Book (Analisis Semiotika Roland Barthes)*, 2022.
- Kartono K. *Pengantar metodologi riset sosial*. Bandung: Mandar Maju., 2013.
- Kaushik Anna. "Podcasting in library environment. *Annals of Library and Information Science*" 57 (2010): 122–29.
- Kukuh Prakoso, *Lebih Kreatif Dengan YouTube* (Yogyakarta: Andi Offset.4., 2009).
- Kurnia. *Representasi Maskulin Dalam Iklan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UGM, 2004.
- Kurniawan, Arif. "Creating a New Wafe of Comedians in Indonesia: The Emergence of YouTube as a Platform for Comedy." *Asian Journal of Social Science* 47, no. 6 (2019): 728-750.
- Kurniawan, Rizki. *Representasi Citra Diri Laki-laki dalam Iklan*. Bandar Lampung: Fisip Universitas lampung, 2017.
- L. S, Wibowo. *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Loon, Steven and Stephanie D. Teasley. "Podcasting in Higher Education: What Are the Implications for Teaching and Learning?," *Internet and Higher Education*" 12, no. 2 (2009): 88–92.
- M. Kimmel. *Masculinities*", (In: M. K. a. A. Aronson, ed. *Masculinities: A Social, Cultural, and Historical Encyclopedia*. Santa Barbara: ABC Clio, 2004.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- M., Mahmud. “Perbedaan Gender dalam Berkomunikasi Masyarakat Bugis.” *Jurnal Kajian Perempuan “Bunga Wellu”*, FBS UNM., 14, no. 1 (2009): 1–17.
- Masduki dan A. Darmanto. *Manajemen dan Produksi Radio Komunitas*. Yogyakarta: Combine Resousce Institution, 2018.
- Mathew B, Miles, dan Huberman A. Maichel. *Analisis Data Kualitatif; Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru (Penerjemah Tjetjep Rohendi Rohidi)*. Jakarta: UIP RESS., 1992.
- Maulida, L. “Jumlah pengguna unik youtube di indonesia capai 93 juta,” 2020. <https://www.tek.id/tek/jumlah-pengguna-unik-youtube-di-indonesia-capai-93-juta-b1ZT79iPE>.
- Mohammad Rifky Pratama. *Maskulinitas Pada Iklan Nivea Men Extra White Foam – Berubah Extra Cerah*, (2019) “Dan Iklan Pond’s Men Pore Vacuum, 2020.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Muhammad, Budyatna, dan Leila Mona Ganiem. *Teori Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- muhammad, Rauf Muhendra. “Manajemen Produksi Kanal Youtube Diskominfo Pekanbaru Dalam Penyajian kegiatan Pemko Pekanbaru.” 2022, 26.
- Mukhoyim, Muhammad. *Filsafat Bahasa*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Mulyana, Deddy. *Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018.
- Nana. Wahyuni, “The Popular Culture of Indonesian Youtubers: A Study of Vincent and Desta in Vindes Channel.” *Journal of Language Teaching and Research* 11, no. 1 (2020): 60–67.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi, Cet.kedua*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016.
- Nawiroh, Vera. *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia., 2014.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nugraha, Fadli. “Exploring the Narrative Strategies of Vindes Comedy Videos on YouTube. *Lingua Cultura*” 14, no. 3 (2020): 242–50.
- Nurdin, Ismail, dan Sri Hartati. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Surabaya, 2019.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers., 2011.
- Oktaviani, Rani. “Pergeseran representasi maskulinitas dalam iklan (studi komparasi terhadap analisis semiotika pada iklan Rokok Magnum Filter Dji Sam Soe dan U Mild versi ngantor menurut Roland Barthes),” 2, no. 1 (2020).
- P, Merdeka. *Representation Of Masculinity In Twilight Film*. Media Kampus, 2013.
- Piliang, Yasraf Amir. “Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi.” *Jalasutra*, Yogyakarta, 2010, 266–67.
- Prakoso, Kukuh. *Lebih Kreatif Dengan YouTube*. Yogyakarta: Andi Offset.4., 2009.
- . *Lebih Kreatif Dengan YouTube*. Yogyakarta: Andi Offset, 2009.
- Purwanto, Galih. “The Performative of Indonesian Youtubers in Creating a New Genre of Comedy.” *Journal of Malaysian Communication* 35, no. 4 (2019): 135–49.
- R.A., Martin. “Individual Differences in Uses of Humor and Their Relation to Psychological Well-Being: Development of The Humor Styles Questionnaire.” *Journal of Research in Personality* 37 (2003): 48–75.
- R, Marasabessy. “Perbedaan Cinta Berdasarkan Teori Segitiga Cinta Sternberg Antara Perempuan dengan Laki-laki Masa Dewasa Awal.” *Jurnal Universitas Gunadarma.*, 2007.
- R.W., Connell, dan Messerschmidt J.W.,. “Hegemonic Masculinity Rethinking the Concept.” *Gender & Society* 19, no. 6 (2005): 829–59.
- Rahmanadji,. *Sejarah, teori, jenis, dan fungsi humor*. Jakarta: FS UM, 2007.
- Rizki Kurniawan. *Representasi Citra Diri Laki-laki dalam Iklan*. Bandar Lampung: Fisip Universitas lampung, 2017.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Romi Comando Girsang. *Maskulinitas Dalam Iklan Televisi (Analisis Semiotika Maskulinitas Dalam Iklan Televisi Gudang Garam Merah Versi "The Cafe*, 2021.
- Rosady, Ruslan. *Metode Penelitian PR Dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada., 2003.
- S, Tanjung. *Identifikasi Strategi Representasi Maskulinitas pada Majalah Transnasional di Indonesia*. Journal Communication, 2015.
- Sanusi. *Maskulinitas dalam Iklan Gillette We Believe: What Best Man Can Be, Hasil, Penelitian ini berjudul "Maskulinitas dalam Iklan Gillette What The Best Man Can Be (analisis semiotika model Roland Barthes dalam iklan Gillette what the best man can be)*, 2020.
- Satria, Agid Bayu. *Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Shopee Versi Cristiano Ronaldo di Youtube (Anlisis Semiotika Menurut Rolan Barthes)*. Yogyakarta: Diploma thesis, UPN "Veteran," 2020.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.
- . *Analisis teks media*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- . *Komunikasi*. Bandung. PT.Remaja Rosdakarya Offset, 2004.
- . *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- . *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- . *Semiotika Komunikasi*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2004.
- St. Sunardi. *Semiotika Negativa*. Yogyakarta: Kanal, 2002.
- Stephen W Littlejohn. *Theories of Human Communication"*. (5th Edn; New Mexico: Wadsworth Publishing Company Albuquerque, 1996.
- Sudjiman, Panuti dan Aart Van Zoest. *Serba-serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia, 1996.
- Sungkar, Shireen. *Journal Communication*. Jakarta: wawancara dikediaman shireen, 2019.
- Susrini, Ketut Ni. *Beken dengan Youtube*. Jakarta: PT. Grassindo., 2010.
- Susrini, Ni Ketut. *Beken dengan Youtube*. Jakarta: PT. Grassindo., 2010.
- Tanjung S, Identifikasi Strategi Representasi Maskulinitas pada Majalah Transnasional di Indonesia (Journal Communication, 2015).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Tjandra, N. S., "Representasi Maskulinitas dalam Video Youtube 'Vindes'." *Jurnal Studi Komunikasi* 3, no. 2 (2019): 92–100.
- Wahyuni, Nana. "The Popular Culture of Indonesian Youtubers: A Study of Vincent and Desta in Vindes Channel." *Journal of Language Teaching and Research* 11, no. 1 (2020): 60–67.
- Yulianti, Frizky. "Komodifikasi Idealisme Feminisme dalam Industri Musik (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Video Klip Beyonce 'Run The World')." *Jurnal Komunikator* 3, no. 1 (2011): 101.
- . "Komodifikasi Idealisme Feminisme dalam Industri Musik (Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Video Klip Beyonce 'Run The World')." *Jurnal Komunikator* 3, no. 1 (2011): 103.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Zellatifanny, C.M. "Trends In Disseminating Audio on Demond Content through Podcast:An Opportunity and Challenge in Indonesia." *Journal Pekommas* 5, no. 2 (2020): 117–32.
- . "Trends In Disseminating Audio on Demond Content through Podcast:An Opportunity and Challenge in Indonesia." *Journal Pekommas* 5, no. 2 (2020): 117–32.