

**ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA PENCIPTAAN  
TUBUH *BRAND AMBASSADOR* CHICCO JERIKHO DI  
IKLAN AXE BLACK 2015**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu  
komunikasi**



**FITRA ANNISA**

**1151903041**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2017**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fitra Annisa

NIM : 1151903041

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fitra Annisa', is placed on a light green rectangular background.

Tanggal : 18 Maret 2017

## HALAMAN PENGESAHAN

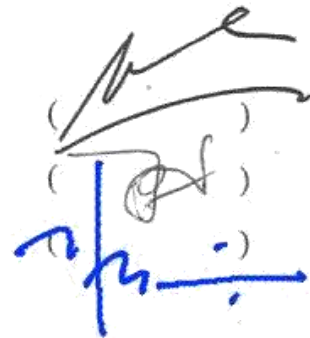
Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Fitra Annisa  
NIM : 1151903041  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Analisis Semiotika Pierce pada Penciptaan Tubuh *Brand Ambassador* Chicco Jerikho di Iklan AXE Black 2015.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Tuti Widiastuti, M.Si  
Penguji 1 : Eli Jamilah Miharja M.Si, Ph.D  
Penguji 2 : Aryo Subarkah Eddyono, S.Sos., M.Si  
Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 18 Maret 2017

Handwritten signatures of the examiners and supervisor. The signatures are in black ink and are placed over the names of the examiners and supervisor. There are three distinct signatures, one for the supervisor and two for the examiners.

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Ibu Dr. Tuti Widiastuti, M.Si., selaku pembimbing penulis, yang senantiasa memberi bimbingan, saran dan ide dalam penulisan tugas akhir
3. Ibu Suharyanti, M.S.M. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie
4. Eli Jamilah Miharja M.Si, Ph.D. selaku pembahas seminar proposal, yang telah memberi masukan pada penulis.
5. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan
6. Bahrotun dan Waluyo, kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moril dan materi setiap saat, selalu menemani penulis mengerjakan karya akhir ini, dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis. Semoga hasil dari karya penulis ini dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi kalian.
7. Rina Fatihah, MY BEAUTIFUL SISTER yang selalu sabar dan ikhlas menjadi pendengar dan penasihat yang bijak untuk membantu penulis menyusun skripsi ini.
8. Dio Alif Permana, sahabat dekat yang selalu menemani penulis dalam menjalani masa sulit pengerjaan skripsi ini.

9. Teman-teman satu bimbingan Chairunisa Wini Larasdewanti, Nur Rahmah dan Andila Trianjany. Terima kasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah sepanjang menghadapi masa ini.
10. Sahabat-sahabat sepenanggungan, BLA: Caecilia, Dea Ken, Della Wandani, Hana Syifa, Larasati Yonanda, Prilia Qiftyah, dan Safira Puspaning Ayu, yang selalu saling mendukung dan menguatkan hingga di detik-detik kritis pengumpulan skripsi.
11. Prayuda Bimo dan Devie Rahmawati yang telah meluangkan waktunya untuk menjadi informan penelitian ini.
12. Fauzan Rahmadi, kakak sepupu yang selalu siap sedia mengantar dan menjemput penulis dalam setiap aktivitas kampus.
13. Teman-teman Kelas Karyawan Batch 4 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas tahun bersama yang tidak terlupakan. Dan juga pihak-pihak lainnya yang mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, 18 Maret 2017



Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitra Annisa  
NIM : 1151903041  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Semiotika Pierce Pada Penciptaan Tubuh *Brand Ambassador* Chicco Jerikho Di Iklan Axe Black 2015.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Maret 2017

Yang menyatakan



( Fitra Annisa )

**ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA PENCIPTAAN TUBUH *BRAND*  
AMBASSADOR CHICCO JERIKHO DI IKLAN AXE BLACK 2015.**

FITRA ANNISA

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanda–tanda yang berkaitan dengan penciptaan tubuh *brand ambassador* Chicco Jerikho di dalam iklan AXE Black 2015. Analisis ini dilakukan berdasarkan konsep maskulinitas, tubuh, dan fetisisme milik Jean Baudrillard dan mengaitkannya pada studi komunikasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotika Pierce. Berdasarkan analisis pada teks yang diperkuat oleh studi pustaka dan wawancara yang dilakukan, didapatkan tanda-tanda yang mencakup 3 elemen utama Pierce (representamen, objek, dan intepretan) dalam 14 adegan. Maka, kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah iklan AXE Black 2015 terbukti mengganti strategi komunikasi pemasarannya yang lama, yaitu *sex sale* menjadi strategi komunikasi *affective* (emosional), dimana iklan ini berusaha untuk ‘menjual’ citra maskulinitas yang direkayasa melalui *brand ambassador* dengan menjadikan tubuh, busana dan aksesoris yang melekat pada *brand ambassador* sebagai komoditas, sehingga terjadilah fetisisme tubuh *brand ambassador* Chicco Jerikho berupa citra *new man as narcissist*, yaitu pria yang kalem, *stylish*, *sophisticated*, dan peduli pada penampilannya.

Kata kunci: Pierce, Maskulinitas, Tubuh, Fetisisme, *Brand Ambassador*

***PIERCE SEMIOTIC ANALYSIS TO BODY CONCEPTION OF CHICCO  
JERIKHO AS BRAND AMBASSADOR IN AXE BLACK 2015 ADVERTISING.***

FITRA ANNISA

---

***ABSTRACT***

*This study aimed to analyze the signs associated with the body conception of Chicco Jerikho as a brand ambassador in AXE Black 2015 advertising. The analysis was conducted based on the concept of masculinity, body, and fetishism from Jean Baudrillard and relates them to the study of marketing communications. This study used a qualitative method with Pierce semiotic analysis. Based on the analysis of the text being reinforced by literature study and interviews conducted, it was found signs that include three main elements (representamen, objects, and intepretan) in 14 scenes. Then, the conclusion that can be drawn from this study is the advertising AXE Black 2015 proved to change the communication strategy marketing are old, namely sex sale into communication strategies affective (emotional), in which the ad is trying to 'sell' the image of masculinity that is engineered through a brand ambassador by making the body, clothing and accessories are attached to the brand ambassador as a commodity, so there body fetishism of brand ambassador, Chicco Jerikho form the image of the man as narcissist, such as the calmly man, stylish, sophicticated, and cares about his appearance.*

*Key words : Pierce, Masculinity, Body, Fetishism, Brand Ambassador*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>2. KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>7</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya .....	7
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2 <i>Brand</i> .....	18
2.2.3 <i>Brand Ambassador</i> .....	20
2.2.4 Maskulinitas .....	23
2.2.5 Tubuh .....	24
2.2.6 Fetisisme .....	25
2.2.7 Iklan .....	27
2.2.8 Semiotik Charles Sanders Pierce.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran .....	33
<b>3. METODOLOGI PENELITIAN PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1. Metode Penelitian .....	36
3.2. Objek Penelitian .....	36
3.3. Sumber Data .....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.5. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	39
3.6. Teknik Analisis Data .....	41
3.7. Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	43
3.8. Keterbatasan Penelitian .....	43
<b>4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Profile PT Unilever Indonesia Tbk .....	45
4.1.2 Profile AXE .....	46

a. Varian Produk AXE Indonesia .....	46
b. Strategi Komunikasi Pemasaran AXE Indonesia .....	47
c. Produk AXE Black .....	50
d. Chicco Jerikho sebagai <i>Brand Ambassador</i> AXE.....	51
4.2. Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Sinopsis Iklan AXE Black 2015 .....	53
4.2.2 Analisis Semiotika Pierce pada Penciptaan Tubuh <i>Brand Ambassador</i> dalam Iklan AXE Black 2015 .....	53
4.3. Pembahasan.....	62
4.3.1 Citra Maskulinitas dalam Iklan AXE Black 2015.....	62
4.3.2 Tubuh <i>Brand Ambassador</i> Sebagai Komoditas Di dalam Iklan AXE Black .....	67
4.3.3 Fetisisme Tubuh <i>Brand Ambassador</i> dalam iklan AXE Black 2015 .....	75
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
5.1. Kesimpulan .....	83
5.2. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	11
Tabel 2.2 Model Triadik Pierce .....	33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	40
Tabel 4.1 Trikotomi I : Representamen .....	54
Tabel 4.2 Trikotomi II : Objek .....	55
Tabel 4.3 Trikotomi III : Interpretasi .....	57
Tabel 4.4 Pembahasan 3 tanda Pierce dengan konsep maskulinitas, tubuh, dan fetisisme milik Baudrillard di dalam Iklan AXE Black 2015 .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 2015, AXE Black <i>launching</i> bersama <i>Brand Ambassador</i> Chicco Jerikho.....	5
Gambar 2.1 <i>Characteristic of Effective Spokeperson</i> .....	22
Gambar 2.2 <i>Hierarchy of Effects Model and Message Strategies</i> .....	28
Gambar 2.3 Model triadik Pierce.....	32
Gambar 2.4 Kerangka pemikiran penelitian .....	35
Gambar 3.1 Analisis data Model Interaktif dari Miles dan Huberman .....	42
Gambar 4.1 Logo AXE Indonesia .....	46
Gambar 4.2 Varian AXE Indonesia .....	47
Gambar 4.3 Poster AXE Battle <i>Tempations</i> 2014 dengan <i>Brand Ambassador</i> Olivia Jensen .....	48
Gambar 4.4 Cuplikan Iklan AXE University 2014 dengan <i>Brand Ambassador</i> Zivanna Letisha, Nadine Alexandra, dan Laras Monica .....	49
Gambar 4.5 Poster <i>Brand Ambassador</i> AXE Apollo 2013 bersama Vicky Shu, Aura Kasih, dan Tyas Mirasih.....	49
Gambar 4.6 Poster Profil <i>Brand Ambassador</i> AXE 2011: Marissa Nasution, Luna Maya, Uli Aulani, dan Chantal Della Concetta .....	49
Gambar 4.7 Potongan iklan AXE Excited 2012 versi Internasional .....	50
Gambar 4.8 Produk AXE Black .....	50
Gambar 4.9 Chicco Jerikho .....	51
Gambar 4.10 Ikon Chicco Jerikho .....	65
Gambar 4.11 Foto Chicco Jerikho dalam adegan 23 .....	65
Gambar 4.12 Jam tangan silver Chicco dalam adegan 16 .....	71
Gambar 4.13 Tampilan <i>upper body</i> Chicco Jerikho .....	72
Gambar 4.14 Chicco menghadap ke arah kanan pada adegan 18 .....	73
Gambar 4.15 Chicco mengambil <i>smartphone</i> pada adegan 24 .....	73
Gambar 4.16 Wanita ke 1 terkejut melihat Chicco dalam adegan 5 .....	76
Gambar 4.17 Wanita ke 2 mematung ketika melihat Chicco dalam adegan 8.....	77
Gambar 4.18 Kedua wanita mengikuti Chicco pada adegan 15.....	78
Gambar 4.19 Tampilan botol AXE Black dalam Adegan 16.....	81
Gambar 5.1 Matriks segitiga makna Pierce dalam penciptaan tubuh <i>brand ambassador</i> di iklan AXE Black 2015.....	83

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Transkrip Wawancara 1.....	92
Lampiran 2. Transkrip Wawancara 2 .....	96
Lampiran 3. Curriculum Vitae .....	100