

**CITRA PEREMPUAN PADA PRODUK ROKOK  
PADA ERA TAHUN 1930-1950 DI INDONESIA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar**

**Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**OLEH :**

**SISCA SHAMANNIA**

**NIM. 1537010056**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**RADEN FATAH PALEMBANG**

**1440 H / 2019 M**

**CITRA PEREMPUAN PADA PRODUK ROKOK  
PADA ERA TAHUN 1930-1950 DI INDONESIA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar**

**Sarjana S1 dalam Ilmu Komunikasi**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**OLEH :**

**SISCA SHAMANNIA**

**NIM. 1537010056**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**RADEN FATAH PALEMBANG**

**1440 H / 2019 M**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Perihal: Persetujuan Ujian Munaqosah

Kepada Yth.  
Bapak Dekan Fak. Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik,  
UIN Raden Fatah  
di  
Palembang

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat Skripsi sdr. Sisea Shamannia NIM. 1537010056 yang berjudul **“Citra Perempuan Dalam Iklan Produk Rokok Pada Tahun 1930-1950 di Indonesia”** sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

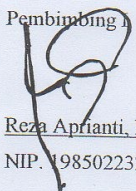
Demikian, terima kasih

*Wassalam*

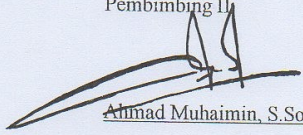
Palembang, 12 Agustus 2019

Pembimbing II

Pembimbing I

  
Reza Aprianti, MA

NIP. 1985022320112004

  
Ahmad Muhaimin, S.Sos, M.Si

NIDN. 2029038503

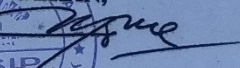
PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Sisca Shamannia  
NIM : 1537010056  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul : Citra Perempuan Pada Iklan Produk Rokok di Indonesia Pada Era 1930-1950.

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 16 Agustus 2019  
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang.

Dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata I (SI) pada Jurusan Ilmu Komunikasi.

Palembang, 16 Agustus 2019  
DEKAN,  
  
Prof. Dr. Izomiddin, M.A  
NIP. 196206201988031001

TIM PENGUJI

KETUA,



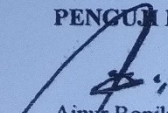
Drs. H. Hambali, M.Si  
NIP. 195609041981031001

SEKERTARIS,



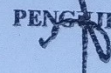
Badarudin Azarkasyi, MM  
NIDN. 2026068402

PENGUJI I,



Ainur Ropik, M.Si  
NIP. 197906192007101005

PENGUJI II,



M. Mifta Farid, M.I.Kom  
NIDN. 0202108402

#### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sisca Shamannia  
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 11 Juli 1997  
NIM : 1527010056  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Citra Perempuan Pada Iklan Produk Rokok di Indonesia Pada Era 1930-1950

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang telah ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui pengajuan skripsi ini.

Palembang, 16 Agustus 2019  
Yang Membuat Pernyataan,



Sisca Shamannia  
NIM. 1537010056

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Tanpa Gambar, Aksara Tak Bermakna**

Skripsi ini aku persembahkan untuk :

- ❖ Kedua Orang Tua ku ( Bapak Rifai, dan Mamak Amnah)
  - ❖ Ayuk Kandungku Dewi Maryati
  - ❖ Keponakan-keponakan tersayang
- ❖ Sahabat dan semua teman yang sudah membantu dan mendoakan

## **ABSTRAK**

Mengkaji iklan rokok yang ada pada zaman dahulu, adalah sebuah kajian menarik. Bukan hanya karena kajian tersebut sebagai kajian masa lampau, tetapi iklan yang di dalamnya menjadikan sosok seorang perempuan menjadi salah satu ikon yang sangat penting dalam proses pemasaran produk rokok. Mulai dari mengekspos tubuh perempuan, sampai pada merk rokok yang di ambil dari nama perempuan. Foto atau gambar yang terdapat didalamnya memiliki makna dan tanda-tanda didalam lembaran, sehingga hal ini menjadi objek utama yang dilihat oleh seorang pembaca dalam memaknai foto tersebut. artinya setiap foto memiliki poin yang penting untuk dikaji. Penelitian yang berjudul : Citra Perempuan Pada Produk Rokok Pada Era Tahun 1930-1950 Di Indonesia. Bertujuan untuk membaca makna yang tersurat di dalamnya dengan menggambarkan situasi sosial budaya, mungkin juga politik yang ada disekelilingnya atau makna ideologi yang terkandung di dalamnya. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Makna yang dimaksud dalam penelitian ini adalah makna berdasarkan analisa menggunakan Teori Semiotika menurut Roland Barthes yaitu makna denotasi, konotasi dan mitos. Makna-makna akan muncul pada setiap tanda yang ditangkap oleh pembaca melalui panca indera yang dimaknai berdasarkan pengetahuan, dan juga sejarah yang ada mengingkat kajian ini berfokus pada masa lampau. Jumlah foto yang akan dianalisis ini berjumlah tiga foto, yang akan dibagi dalam beberapa bagian. Dengan satu foto akan dipecah menjadi perobjek, hal ini bertujuan untuk memudahkan dalam membaca pemaknaan makna dan tanda denotasi-kontasi, mitos yang ada didalamnya. Serta mengetahui maksud pembuat gambar iklan rokok tersebut, sehingga bisa memuat pembentukan citra yang terbentuk. Ada 3 citra yang terbentuk dari hasil penelitian terhadap foto-foto iklan produk rokok ini ialah : citra pigura, citra peraduan, serta citra pergaulan.

**Kunci : Iklan Rokok, Foto, Perempuan, Makna**

**ABSTRACT**

Reviewing cigarette advertisements that existed in ancient times, is an interesting study. Not only because the study is a study of the past, but the adverts in which make the figure of a woman become one of the most important icons in the process of marketing cigarette products. Starting from exposing women's bodies, to the brands of cigarettes taken from women's names. Photos or pictures contained therein have meaning and signs on the sheet, so this is the main object seen by a reader in interpreting the photo. it means that each photo has important points to study. Research entitled: Image of Women in Cigarette Products in the 1930-1950 Era in Indonesia. Aims to read the meaning that is written in it by describing the socio-cultural situation, maybe the politics around it or the ideological meanings contained therein. The methodology used in this research is descriptive, with a qualitative approach. The meaning referred to in this study is the meaning based on analysis using Roland Barthes's Theory of Semiotics which is the meaning of denotation, connotation and myth. The meanings will appear on every sign that is captured by the reader through the five senses that are interpreted based on knowledge, and also the existing history of this study focuses on the past. The number of photos to be analyzed consists of three photos, which will be divided into several sections. With one photo to be broken down into objects, it aims to make it easier to read the meanings and meanings of denotations, the myths that are in it. As well as knowing the intention of the cigarette ad image maker, so that it can contain the formation of the image formed. There are 3 images formed from the results of a study of the advertisement photos of cigarette products, these are: image frames, imagery of fusion, and social imagery.

**Keywords: Cigarette Ads, Photos, Women, Meanings**

## **DAFTAR ISI**



<b>Cover dalam</b> .....	i
<b>Halaman Nota Persetujuan Pembimbing</b> .....	ii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iii
<b>Halaman Pernyataan</b> .....	iv
<b>Halaman Motto dan Persembahan</b> .....	v
<b>Abstrak</b> .....	vi
<b>Daftar Isi</b> .....	viii
<b>Daftar Tabel</b> .....	ix
<b>Daftar Bagan</b> .....	x
<b>Daftar Gambar</b> .....	xi
<b>Kata Pengantar</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	10
G. Metodologi Penelitian.....	19
H. Sistematika Penulisan Laporan Penelitian.....	21
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b>	
A. Sejarah Rokok.....	23
B. Rokok Di Indonesia.....	25
C. Awal Mula Iklan Di Indonesia.....	31
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN</b>	
A. Analisis Foto 1.....	39
B. Analisis Foto 2.....	66
C. Analisis Foto 3.....	73
D. Citra Yang Terbentuk.....	80
<b>BAB IV PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86

**Daftar Pustaka**

**Lampiran**

**DAFTAR TABEL**

1. <b>Tabel 1.1</b> : Tabel Tinjauan Pustaka.....	6
2. <b>Tabel 2.1</b> : Sejarah Periklanan di Indonesia.....	33

## **DAFTAR BAGAN**

1. <b>Bagan 1.1</b> : Signifikasi Dua Tahap Barthes.....	13
2. <b>Bagan 1.2</b> : Kerangka Pemikiran.....	17

## **DAFTAR GAMBAR**

3. <b>Gambar 1.1</b> : Foto Iklan Produk Iklan Pada Tahun Rokok 1930.....	16
4. <b>Gambar 2.1</b> : H. Djamhari (Penemu Rokok Kretek).....	26
5. <b>Gambar 2.2</b> : Industri Rokok Kretek.....	30
6. <b>Gambar 2.3</b> : Contoh Etiket Iklan Produk Rokok.....	35
7. <b>Gambar 2.4</b> : Suasana Pabrik/Tempat Produksi Rokok Pada Zaman Belanda.....	37
8. <b>Gambar 3.1</b> : Foto Iklan Produk Rokok Pada Tahun 1930.....	39
9. <b>Gambar 3.1.(1)</b> : Latar Belakang.....	41
10. <b>Gambar 3.1.(2)</b> : Sosok Perempuan.....	46
11. <b>Gambar 3.2</b> : Kebaya Encim China Zaman Dahulu.....	49
12. <b>Gambar 3.3</b> : 3 Orang Perempuan Eropa Memakai Kebaya Pada Tahun Sekitar 1905 di Pemasang, Jawa Tengah.....	50
13. <b>Gambar 3.4</b> : Seorang Nyai di Kota Garut, Pada Tahun 1930.....	52
14. <b>Gambar 3.5</b> : Buku <i>Nyai dan Pergundikan di Hindia Belanda</i> . <b>Reggie Bay</b> . 2010.....	55
15. <b>Gambar 3.1.(3)</b> : Sosok Laki-laki.....	56
16. <b>Gambar 3.6</b> : Pejabat Belanda yang Duduk Bersama Nyai.....	57
17. <b>Gambar 3.1.(4)</b> : Bungkus Rokok.....	59
18. <b>Gambar 3.7</b> : Contoh Bentuk Pembungkus Rokok Klobot yang Sama.....	60
19. <b>Gambar 3.1.(5)</b> : Hewan Merpati.....	61
20. <b>Gambar 3.1.(6)</b> : Tulisan.....	63
21. <b>Gambar 3.8</b> : Iklan Produk Rokok Mari Kangen Tahun 1938.....	66
22. <b>Gambar 3.8.(1)</b> : Perempuan Pada Gambar.....	67
23. <b>Gambar 3.8.(2)</b> : Tulisan.....	71
24. <b>Gambar 3.8.(3)</b> : Kemasan Rokok.....	72
25. <b>Gambar 3.9</b> : Iklan Produk Rokok Pada Tahun 1950 dengan Merk Putri Solo	73
26. <b>Gambar 3.9.(1)</b> : Sosok Perempuan.....	74
27. <b>Gambar 3.9.(2)</b> : Bungkus Rokok.....	76
28. <b>Gambar 3.9.(3)</b> : Tulisan.....	77

## KATA PENGANTAR



*Alhamdulillahil'alaminn, segala Puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Citra Perempuan Pada Produk Rokok Pada Era Tahun 1930-1950 Di Indonesia". Shalawat beserta salam kepada sang junjungan alam baginda Rasulullah SAW beserta para keluarga, sahabat, dan orang-orang yang telah memperjuangkan Agama Islam. Skripsi ini penulis ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Raden Fatah Palembang. Penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Tugas akhir ini selesai berkat usaha dan kerja keras penulis serta doa dan semangat dari keluarga, dosen pembimbing dan sahabat. Penulis dengan hati yang tulus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :*

1. Prof. Dr. H. Izommidin, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Dr. Yenrizal M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ainur Rofik, M.Si, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Dr. Kun Budianto, M.Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
5. Reza Aprianti, MA. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi.
6. Gita Astrid, S.H.I., M.Si selaku Sekertaris Prodi Ilmu Komunikasi.
7. M. Yusuf Hazairin, M.Si, selaku ketua bagian tata usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
8. Tuti Yunarni, S.E., M.Si. selaku Ketua Sub. Bagian AUK Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan anggota.
9. Mustariadi, S.Sos, selaku Kepala Sub. Bagian BAK Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik.

10. Reza Aprianti, M.A. selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan kontribusi terhadap penulisan tugas akhir ini.
11. Ahmad Muhaimin, S.Sos, M.Si. selaku pembimbing II yang juga banyak membantu dalam merevisi dan memberikan ide-ide positif dalam penulisan tugas akhir ini.
12. Kedua orang tua tercinta, Bapak Rifai dan Mamak Amnah yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, dan mencintai dengan sepenuh hati serta mendoakan dan memotivasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
13. Keluarga besar yang telah mensupport dan mendoakanku.
14. Sahabat dan teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi.
15. Teman-teman seperjuangan, khususnya Ilmu Komunikasi angkatan 2015, yang selama ini memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga semua bimbingan, dukungan dan motivasi yang telah diberikan selama ini menjadi keberkahan dan dihitung sebagai amal ibadah. Penulis tidak dapat membalas semua yang telah diberikan, hanya kepada Allah penulis memohon agar diberikan balasan yang berlipat ganda di dunia maupun akhirat.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas ini masih banyak terdapat kekurangan baik pengolahan penyajian data. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Semoga penulisan ini bermanfaat bagi ilmu pengetahuan di kemudian hari.

Penulis,

**Sisca Shamannia**

**157010056**

