

ABSTRAK

Dahliyah, NIM 170531100120. Program Studi Ilmu Komunikasi Faakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. **Representasi Makna FigurModel Iklan Laki-Laki Dalam Iklan Ms Glow For Men di Media SosialYoutbe (Analisis Semiotika Jhone Fiske).**Dibawah bimbingan Nurul Farida Rahmawati, S.S., M. Si

Hal yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti iklan ms glow for men karena konsep iklan yang dinilai berbeda, akhirnya peneliti memutuskan untuk memberi judul “*representasi Figur model iklan ms glow for men di media sosial youtube*” karena model iklan yang dinilai berbeda dari model iklan skincare laki-laki yang lain.

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan teori semiotika milik Jhone Fiske yakni kode-kode televisi yang terdapat tiga level : *level realitas, level representasi dan level ideologi*. Melalui tiga level milik Jhone Fiske, peneliti berhasil menemukan sebuah representasi yang ada dalam figur model iklan laki-laki ialah laki-laki wajib bekerja keras, semua hal yang dilalui dalam hidup tentunya harus melewati sebuah proses dan keberhasilan seseorang tidak diukur dari banyaknya materi yang di dapat tetapi bisa berupa sebuah kebahagiaan yang dirasakan.

Kata Kunci : Jhone Fiske, representasi, Ms Glow For men

ABSTRACT

Dahliyah, NIM 170531100120. Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura. **Figur Representation of Male Advertising Models in Ms Glow For Men Ads on Youtube Social Media (Jhone Fiske's Semiotic Analysis). Under the guidance of Nurul Farida Rahmawati, S.S., M.Si**

This is what made the researchers interested in researching the Ms. Glow for Men ad because the ad concept was considered different. In the end, the researcher decided to give the title "Figur representation of the Ms. Glow for Men ad model on YouTube social media" because the ad model that was assessed was different from the male skincare ad model. -another man.

By using qualitative research methods and using Jhone Fiske's semiotic theory, namely television codes, there are three levels: reality level, representation level and ideology level. Through Jhone Fiske's three levels, the researcher succeeded in finding a representation that exists in the male advertising model figur, namely that men must work hard, everything that is passed through in life must certainly go through a process and one's success is not measured by the amount of material one gets but can be a feeling of happiness.

Keywords: Jhone Fiske, representasi, Ms Glow Formen

DAFTAR ISI

REPRESENTASI MAKNA FIGUR MODEL IKLAN LAKI-LAKI DALAM TAYANGANIKLAN MS GLOW FOR MEN DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE.....	
REPRESENTASI MAKNA FIGUR MODEL IKLAN LAKI-LAKI DALAM TAYANGANIKLAN MS GLOW FOR MEN DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE.....	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Defenisis Konsep	16
2.2.1 Representasi.....	16
2.2.2 Youtube	17
2.2.3 Iklan.....	19
2.3 Landasan Teori.....	21
2.3.1Semiotika.....	21
2.3.2Semiotik Jhone Fiske.....	22
2.4 Kerangka Berfikir.....	25

BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	27
3.2.1 Subjek Penelitian	27
3.2.2 Objek Penelitian	27
3.3 Sumber Data Dan Metode Pengumpulan Data	27
3.3.1 Sumber Data	27
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4 Metode Analisis Data	29
3.5 Keabsahan Data.....	30
BAB IV	31
Deskripsi Objek Penelitian.....	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	31
4.1.1 Deskripsi Vidio Iklan MS Glow Formen	31
4.2 Profil Model Iklan Laki-laki	33
BAB V.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
5.1 Representasi Figur Model Iklan Laki-Laki Dalam Tayangan Ms Glow For Men.....	34
5.1.1 Level realitas figur model iklan laki-laki dalam tayangan Ms Glow Formen	34
5.1.2 Level representasi figur model iklan laki-laki dalam tayangan Ms Glow Formen	51
5.1.3 Level realitas figur model iklan laki-laki dalam tayangan Ms Glow Formen	70
BAB VI	73
PENUTUP.....	73
6.1 Simpulan	73
6.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	1

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Orientasi Penelitian	10
Tabel 2.2 Kerangka Berfikir	25
Tabel 5.1.....	34
Tabel 5.2.....	37
Tabel 5.3.....	39
Tabel 5.4.....	41
Tabel 5.5.....	44
Tabel 5.6.....	47
Tabel 5.7.....	52
Tabel 5.8.....	54
Tabel 5.9.....	57
Tabel 5.10.....	59
Tabel 5.11.....	61
Tabel 5.12.....	62
Tabel 5.13.....	65
Tabel 5.14.....	67