

ABSTRAK

Muhammad Haris Widjanarko. 150531100041. Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Budaya , Universitas Trunojoyo Madura, Skripsi Tentang Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Axe Dalam Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Axe. Di bawah bimbingan R. Bambang Moertijoso, S, Sos.,M,Si.

Penelitian ini berjudul Representasi Maskulinitas Dalam Iklan Axe (*Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Iklan Axe*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi maskulinitas dalam iklan Axe dengan menggunakan Analisis Semiotika Roland Barthes pada iklan Axe. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah Axe yang dipilih menggunakan analisis semiotika dengan cakupan tertentu. Sumber data yang diperoleh dari data primer adalah berupa analisis isi pesan yang disampaikan dan data sekunder berupa foto dan gambar yang sesuai dengan penelitian.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan dapat disimpulkan bahwa dalam pemaknaan melalui teori Roland Barthes, yaitu melalui pemaknaan denotasi, konotasi dalam representasi maskulinitas dalam iklan Axe, dapat diidentifikasi penanda dan petanda yang mempresentasikan pria yang telah menjadi budaya masyarakat di Indonesia, rambut klimis, rapi dan terlihat menawan dalam keseharian, pemakaian yang natural menjadi representasi dari tanda – tanda tentang pria yang telah menjadi identitas dalam budaya masyarakat Indonesia.

Kata Kunci : Representasi, Maskulinitas, Semiotika, Roland Barthes

ABSTRACT

Muhammad Haris Widjanarko. 150531100041. Study Program of Communication Science Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura, this thesis is about the representation of masculinity in the Advertisement of 'Axe' in the analysis of Roland Barthes's Semiotics at the Advertisement of Axe. Under the guidance of R. Bambang Moertijoso, S.sos., M.si.

This research entitled the Representatoom of Masculinity in the Advertisement of Axe). This research aims to know how the representation of masculinity in the advertisement of Axe by using the analysis of Roland Barthes's Semiotics at the advertisement of Axe. The type of the study which is used in this research is constructive paradigm with qualitative method. Meanwhile, the object of this study is Axe which is selected using Semiotics analysis with a particular scope. The source of data which is acquired from the primary data is in the form of analysing the message content which is delivered and the secondary data is in the form of photo and picture which are appropriate with the research.

The result of the research which has been done can be concluded that in the multilevel meaning through the theory of Roland Barthes, that is through the meaning of denotation, connotation, and myth in the representation of masculinity in the advertisement of Axe, identified as signified which represent a man who grow in Indonesian culture. Frizzy hair, rapid and looks charming in daily, the use of natural pomade becomes a representation from the symbols of advanced man in Indonesian culture.

Keyword: Man Representation, Axe, Semiotics Roland Barthes