



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

Kasuma Ramadona
4440401-022

Program Studi Komunikasi Visual

(i - viii) + 79 halaman ; 2 artikel internet ; 30 buku ; 1 makalah ; 2 artikel surat kabar

Kata Kunci : Maskulinitas, Iklan

ABSTRAKSI

Representasi Maskulinitas Pada Iklan Billboard Gudang Garam International Edisi 2009 Jakarta

Skripsi ini untuk mengetahui hubungan antara binatang liar dan buas dengan model pria yang gagah, kuat dan berani yang menyebabkan suatu makna mengenai maskulinitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan makna serta simbol yang berada dibalik iklan berkaitan dengan representasi maskulinitas, dapat dilihat dari iklan yang tampil dengan menggunakan ikon-ikon model pria yang macho, kuat, gagah dan juga binatang liar yang digunakan sebagai simbol dari kemaskulinitasan model pria.

Pada penelitian iklan cetak Gudang Garam International ini, menggunakan teori Segitiga Makna Peirce. Dalam teorinya, Peirce membagi tanda menjadi tiga bagian yakni Representamen atau *Sign*, Objek, dan Interpretant. Yang dikupas dalam teori segitiga makna Peirce adalah persoalan bagaimana makna muncul dari sebuah tanda ketika tanda itu digunakan orang pada waktu berkomunikasi

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis. Paradigma ini memandang suatu wacana atau cara pandang terhadap realitas orientasi ideologis terhadap paham tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif, karena data-data yang didapat hanya berupa teks, gambar/foto, warna, dan bukan angka-angka. Penelitian ini bertujuan memberikan gambaran gejala sosial tertentu dan berusaha menjawab pertanyaan lebih rinci mengenai gejala sosial yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu representasi maskulinitas pada iklan billboard gudang garam international edisi 2009 Jakarta.

Dari hasil penelitian yang dilakukan terlihat bahwa Gudang Garam International menarik perhatian dengan menggunakan ikon model pria yang gagah, kuat dan pemberani dengan di dampingi oleh binatang liar seperti harimau dan burung elang, dimana dalam tanda-tanda yang digunakan secara tersirat membuat produk yang diiklankan terlihat jantan, macho, kuat, keren dan pemberani. Dalam penelitian ini juga terlihat bahwa warna merah pada tampilan *lay out* menjadi simbol dari keberanian serta kejantanan bagi laki-laki dan juga warna biru yang merupakan simbol dari kehidupan dan kekuatan. Serta *slogan* Pria Punya Selera ingin menunjukkan sosok laki-laki yang berselera tinggi dan memiliki jiwa semangat.