

## ABSTRAK

Iklan adalah salah satu cara untuk mempromosikan produk. Di antara iklan yang muncul di media massa, terdapat iklan yang menggunakan imaji maskulinitas. Media secara tidak langsung membentuk *image* ideal bagi laki-laki. Iklan televisi Axe Black menjadi salah satu contoh bagaimana media mengkonstruksi imaji maskulinitas. Penelitian yang berjudul “MASKULINITAS DALAM IKLAN AXE BLACK (Analisis Semiotika Axe Black versi Chicco Jerikho “Jadilah Tenang”)” ini bertujuan untuk mengetahui dan memaknai simbol yang ada dalam iklan tersebut dan bagaimana maskulinitas di representasikan dalam iklan televisi terkait. Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes yang digunakan untuk menafsirkan tanda maupun simbol yang direpresentasikan dalam iklan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan gambaran maskulinitas yang lebih bergaya metroseksual, berbeda dengan kebanyakan iklan produk khusus pria yang seringkali menggambarkan laki-laki berotot, kekar, berkeringat. Dalam iklan tersebut makna maskulinitas dikemas dalam penampilan dan *style* yang modis, rambut tertata rapih, sikap kalem, dan update mengenai gaya hidup terkini. Iklan dengan mahir membentuk *image* ideal bagi laki-laki sesuai dengan keinginan pasar melalui penampilan yang menarik, *stylis*, dan wangi. *Image* maskulinitas yang di konstruksikan dalam iklan *Axe Black* menegaskan motif komunikasi informatif yang menyampaikan informasi sekaligus pengetahuan pada khalayak mengenai *style* dan penampilan dalam kehidupan sehari-hari menjadi salah satu nilai yang kuat.

Kata Kunci: Maskulinitas, Semiotika, Iklan

## **ABSTRACT**

Advertising is a way to promote products. Among the advertisements appear in mass media, there are advertising that uses image of masculinity. Media indirectly form an ideal figures for man. Axe Blac television commercial is an exsamples how media construct image of masculinity. The research “MASKULINITAS DALAM IKLAN AXE BLACK (Analisis Semiotika Axe Black versi Chicco Jerikho “Jadilah Tenang”)” aims to know and interpretation symbol that is in advertising and how masculinity be represented in these television commercial. This research uses Roland Barthes semiotc theory to interpretating sign and symbol that is represented in the television comercial. The result of this research showed image of masculinity stylized metrosexual, different with most men’s product advertising that often describing mens is muscular, stocky, sweaty. In these television commercial meaning of masculinity packaged in fashionable style, shiny hair, calm and cool attitude, update on current lifestyle. Maskulinity image represented in commercial confirmed that informative of communication motive that convey information and knowledge to people about style in daily life be one of strong values.

Keyword: Masculinity, Semiotic, Advertising