

ABSTRAK

ANALISIS SIMBOL PRIA MASKULIN PADA IKLAN SHAMPOO *HEAD & SHOULDERS* VERSI JOE TASLIM X FADIL JAIDI (2022) (STUDI ANALISIS ROLAND BARTHES)

Harys Sinaga
5171711042

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang makna simbol pria maskulin yang terdapat dalam iklan shampoo *Head & Shoulders* versi Joe Taslim x Fadil Jaidi (2022) dengan menggunakan teori Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder berupa tayangan video iklan melalui Youtube. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis semiotika dengan tiga level analisis, diantaranya; (1) analisis denotatif, (2) analisis konotatif dan (3) analisis mitos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpenuhinya kemaskulinitasan seorang laki-laki dapat dilihat dari pola hidup dan kelas sosial, memiliki bentuk tubuh atletis akan menjadi nilai plus bagi laki-laki, dan melakukan kegiatan ekstrem untuk memenuhi kesenangan sendiri. Tak hanya itu laki-laki yang menyukai atau hobi otomotif dapat juga dikatakan sebagai laki-laki maskulin, orang yang menyukai otomotif cenderung melakukan kegiatan yang menantang maut seperti balapan dengan menggunakan motor gede (Moge), akan tetapi maskulinitas seorang laki-laki tak hanya selalu berkaitan dengan otot dan kegiatan ekstrem, ada juga dilihat melalui kecerdasan dan tanggung jawab..

Kata Kunci: Simbol Maskulinitas, Roland Barthes, Semiotika, Iklan

ABSTRACT

ANALYSIS OF MASCULINE MALE SYMBOLS IN HEAD & SHOULDERS SHAMPOO ADVERTISEMENTS VERSION OF JOE TASLIM X FADIL JAIDI (2022) (ROLAND BARTHES STUDY ANALYSIS)

Harys Sinaga
5171711042

This study aims to provide knowledge about the meaning of the masculine male symbol contained in the Head & Shoulders shampoo advertisement version of Joe Taslim x Fadil Jaidi (2022) using Roland Barthes' theory. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. The data used in this study is secondary data in the form of video ad views via Youtube. The analytical method used is semiotic analysis with three levels of analysis, including; (1) denotative analysis, (2) connotative analysis and (3) myth analysis. The results showed that the fulfillment of a man's masculinity can be seen from his lifestyle and social class, having an athletic body shape will be a plus for men, and doing extreme activities to fulfill his own pleasure. Not only that, men who like or have an automotive hobby can also be said to be masculine men, people who like automotive tend to do death-defying activities such as racing using big motorbikes (Moge), but the masculinity of a man is not only always related to muscles and extreme activities, there is also seen through intelligence and responsibility.

Keywords: *Symbol of Masculinity, Roland Barthes, Semiotics, Advertising*