

## ABSTRAK

**WILDATUL KARIMAH NPM 2151125 REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM IKLAM GATSBY FIBER VERSI JEFRI NICHOL (Analisis semiotika Roland Barthes) Skripsi (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Dan Hukum, Universitas Baturaja. Di bawah bimbingan Dian Novitasari, M.I.Kom sebagai pembimbing I dan Bianca Virgiana, M.I.Kom sebagai pembimbing II.**

Perkembangan media digital telah mengubah cara pandang seseorang terhadap sesuatu objek, terutama dalam konteks periklanan. Saat ini, banyak iklan yang menyoroti gender pria dan sering kali dikaitkan dengan atribut maskulinitas untuk menggambarkan sosok pria ideal. Salah satu iklan yang mengangkat konsep maskulinitas yakni Iklan Gatsby Fiber Versi Jefri Nichol, yang menjadi objek dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis representasi maskulinitas yang ditampilkan dalam Iklan Gatsby Fiber Versi Jefri Nichol dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang memungkinkan peneliti untuk menganalisis makna denotatif, konotatif dan mitos. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika dengan pendekatan paradigma kritis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan Gatsby Fiber yang berdurasi 30 detik yang terdiri dari 11 *frame* mempresentasikan bentuk maskulinitas yang mengarah pada maskulinitas metroseksual, meliputi penampilan fisik, sikap emosional, kemampuan interpersonal, karakteristik narsistik dan *urban lifestyle*. Dan makna konotatif berulang dalam analisis Iklan Gatsby Fiber Versi Jefri Nichol, peneliti menemukan mitos yakni; (1) Penampilan sebagai standar sosial pria urban. (2) Perawatan menggunakan Gatsby Fiber dapat merubah penampilan pria seperti Jefri Nichol. (3) Pria maskulin harus mengikuti gaya hidup urban.

**Kata kunci: Representasi Maskulinitas, Iklan, Semiotika, Roland Barthes.**

## **ABSTRACT**

**WILDATUL KARIMAH NPM 2151125 REPRESENTATION OF MASCULINITY IN THE GATSBY FIBER ADVERTISING VERSION BY JEFRI NICHOL (Roland Barthes' Semiotic Analysis) Thesis (S-1) Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences, Politics, and Law, Baturaja University. Under the supervision of Dian Novitasari, M.I.Kom as the first supervisor and Bianca Virgiana, M.I.Kom as the second supervisor.**

*The development of digital media has changed the way people perceive objects, especially in the context of advertising. Nowadays, many advertisements highlight the male gender and are often associated with masculine attributes to describe the ideal male figure. One of the advertisements that raise the concept of masculinity is the Gatsby Fiber advertisement by Jefri Nichol, which is the object of this research. The purpose of this study is to analyze the representation of masculinity displayed in the Gatsby Fiber ad version of Jefri Nichol by using Roland Barthes' semiotic theory which allows researchers to analyze denotative, connotative and mythical meanings. The method used in this research is semiotics with a critical paradigm approach. The results of this study show that the 30-second Gatsby Fiber advertisement consisting of 11 frames presents a form of masculinity that leads to metrosexual masculinity, including physical appearance, emotional attitude, interpersonal skills, narcissistic characteristics and urban lifestyle. And the repeated connotative meaning in the analysis of the Gatsby Fiber Ad Version of Jefri Nichol, the researchers found the myth (1) Appearance as a social standard of urban men. (2) Gatsby Fiber treatment can change the appearance of men like Jefri Nichol. (3) Masculine men must follow the urban lifestyle.*

**Keywords: Representation of Masculinity, Advertisement, Semiotics, Roland Barthes.**