

Maskulinitas dalam iklan cetak parfum "Le Male" dari Jean Paul Gaultier = Masculinity in "Le Male" perfume print advertising by Jean Paul Gaultier

Rozan Fauzan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331967&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas citra maskulinitas dalam iklan cetak parfum “Le Mâle” dari Jean Paul Gaultier. Pada umumnya, iklan parfum laki-laki mencitrakan maskulinitas sebagai karakter yang aktif dan dominan. Dengan menggunakan metode semiotika, penelitian ini bertujuan melihat citra maskulinitas ditampilkan melalui tanda-tanda yang dihadirkan dalam iklan, seperti warna, pakaian, wajah, rambut, pose tubuh, latar tempat, aksesoris, kemasan, tipografi, teks, dan logo. Dari tanda-tanda itu, ditemukan citra Maskulinitas baru oleh Gaultier ini merupakan bentuk pemaknaan baru terhadap gender.

.....This research examined the image of masculinity on the print advertisement "Le Mâle" of Jean Paul Gaultier. Generally, mens perfume advertisement illustrates masculinity as an active and dominant character. By using a semiotic method, this research aims to look for an image of masculinity showed by signs presented on advertisements such as colours, clothes, faces, hairstyles, poses, background settings, accessories, packaging, typography, text, and logo. Based on those signs, we can find a new image of masculinity, which is a fusion of the masculine character and the feminine one. The new masculinity from Gaultier is a new form of meaning toward gender.