

Visualitas maskulinitas dalam majalah: sebuah analisis semiotika terhadap iklan cetak parfum pria dalam cosmopolitan russia =
Visualization of masculinity on magazine a semiotic analysis on men fragrance advertisements in cosmopolitan russia

Akbar Pangestu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20460195&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Artikel ini membahas maskulinitas dalam majalah COSMOPOLITAN RUSSIA. Di dalam artikel ini, pembahasan difokuskan pada tiga iklan cetak parfum SAUVAGE-DIOR, HUGO BOSS-INTENSE dan DOLCE GABBANA-LIGHT BLUE yang dimuat dalam edisi Januari 2017. Artikel ini dianalisis menggunakan teori Semiotika Roland Barthes. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Hasil analisis artikel ini menyatakan bahwa majalah COSMOPOLITAN RUSSIA yang diyakini mengusung konten wanita dan femininitas juga menampilkan iklan cetak parfum pria yang memberikan dampak yang secara implisit melalui tampilan maskulinitas yang dipromosikan pada tampilan fisik yang kuat, emosional dengan wanita, kebebasan, kesuksesan, kemewahan, serta status sosial.

ABSTRACT

This article discusses masculinity in COSMOPOLITAN RUSSIA magazine. In this article, the discussion focused on three men fragrance advertisements, SAUVAGE DIOR, HUGO BOSS INTENSE and DOLCE GABBANA LIGHT BLUE which featured in the January 2017 issue. This article was analyzed using the theory of Semiotics by Roland Barthes. The method used is descriptive analysis method. The results of the analysis of this article stated that COSMOPOLITAN RUSSIA magazine was not only brought up women and femininity content, but also showed a man advertisements which contain an implicit effect by portraying masculinity through strong physical appearance, emotional attached with women, freedom, success, wealth, and social status.