



Digital Receipt

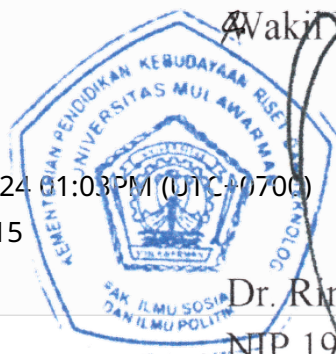
This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

4%

Submission author: TIARA VERONICA KHAIRUNNISSA
Assignment title: JURNAL
Submission title: REPRESENTASI MASKULINITAS PADA KARAKTER PUTRI HIJAU ...
File name: ter_Putri_Hijau_Dalam_Iklan_Marjan_Edisi_Ramadan_Tahun_...
File size: 3.33M
Page count: 18
Word count: 4,734
Character count: 31,371
Submission date: 04-Nov-2024 01:03 PM (UTC+0700)
Submission ID: 2507420215

SIMILARITY INDEX



Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. Rina Juwita, S.P., MHRIR
NIP.198104172005012001

REPRESENTASI MASKULINITAS PADA KARAKTER PUTRI HIJAU DALAM IKLAN MARJAN EDISI RAMADAN TAHUN 2024

Tiara Veronica Khairunnisa¹, Kadek Dristiana Dwivayani², Aimin Ni'Mata Rohmah³, Kezia Anum Sari⁴
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman^{1,2,3,4}
tiaraveronica1710@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis bentuk-bentuk maskulinitas yang terlihat pada karakter Putri Hijau dari iklan Marjan edisi Ramadan tahun 2024 dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Fokus dari teori penelitian ini adalah teori Representasi dari Stuart Hall dan konsep maskulinitas oleh Peter Lehman yang menyatakan terdapat empat elemen maskulinitas yaitu kekuasaan, keberanian, kepahlawanan dan kepemimpinan. Teknik analisis yang digunakan adalah semiotika Roland Barthes yang terbagi menjadi dua tahapan analisis yaitu denotasi dan konotasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada karakter Putri Hijau terlihat memiliki keempat elemen maskulinitas tersebut yaitu kekuasaan, keberanian, kepahlawanan dan kepemimpinan yang terlihat dari aksi yang dilakukan oleh Putri Hijau dan juga terlihat pada properti yang digunakan seperti baju dan pedang. Selain itu warna-warna yang digunakan dalam iklan dapat merepresentasikan berbagai makna pada iklan.

Kata Kunci: Representasi, Maskulinitas, Iklan

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the forms of masculinity seen in the character of Putri Hijau from the Marjan advertisement for the 2024 Ramadan edition using a descriptive qualitative approach method. The focus of this research theory is Stuart Hall's Representation theory and Peter Lehman's concept of masculinity which states that there are four elements of masculinity, namely power, courage, heroism and leadership. The analysis technique used is Roland Barthes' semiotics which is divided into two stages of analysis, namely denotation and connotation. The results of the study show that the character of Putri Hijau appears to have the four elements of masculinity, namely power, courage, heroism and leadership, which can be seen from the actions taken by Putri Hijau and also seen in the properties used such as clothes and swords. In addition, the colors used in advertisements can represent various meanings in advertisements.

Keywords: Representation, Masculinity, Advertisement