

## **ABSTRAKS**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Jurusan Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Advertising**

**Adhityo Prusika Argo, 20110530006**

**Representasi Maskulinitas dalam Iklan Bumbu Masak**

**( Analisis Semiotika dalam Iklan Royco Bumbu Komplit ayam Goreng, Royco versi Chef Billy, Royco All In One, Royco Juara Bahannya Juara Lezatnya )**

**Tahun Skripsi : 2016 + 73 Halaman + 20 Gambar + 6 Tabel**

**Daftar Pustaka : 22 Buku (1940-2013) + 6 Sumber online**

Penelitian ini merupakan penelitian untuk menganalisis bagaimana representasi maskulinitas yang ada pada iklan bumbu masak Royco, ada empat iklan Royco yang akan dianalisis yaitu Iklan Royco Bumbu Komplit Ayam Goreng, Royco versi Chef Billy, Royco All in One, Royco Juara Bahannya Juara Lezatnya

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar makna serta tanda-tanda maskulinitas dalam iklan bumbu masak Royco yaitu Iklan Royco Bumbu Komplit Ayam Goreng, Royco versi Chef Billy, Royco All in One, Royco Juara Bahannya Juara Lezatnya dengan menggunakan model Roland Barthes analisis semiotika signifikasi dua tahap yaitu denotasi dan konotasi yang kemudian dihubungkan dengan mitos yang ada. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah representasi maskulinitas, iklan televisi, maskulinitas dalam iklan, semiotika studi tentang tanda.

Hasil dari penelitian ini akan menunjukkan representasi maskulin yang ada dalam iklan bumbu masak Royco versi Iklan Royco Bumbu Komplit Ayam Goreng, Royco versi Chef Billy, Royco All in One, Royco Juara Bahannya Juara Lezatnya dan hal yang paling penting dalam penelitian ini adalah pembahasan. Penulis mengangkat tiga sub bahasan yaitu maskulinitas sebagai pemimpin, maskulinitas sebagai innovator, maskulinitas sebagai hero.

**Kata Kunci : Representasi + Semiotika + maskulinitas laki-laki + Iklan bumbu masak Royco**

## **ABSTRACT**

**University of Muhammadiyah Yogyakarta**

**Faculty of Social and Political Sciences**

**The Department of Communication Science**

**Concentration of Advertising**

**Adhityo Prusika Argo, 20110530006**

**Representation of Masculinity in Advertisement Seasoning**

**(Analysis Semiotics in advertisement Royco Seasoning, Iklan Royco Bumbu**

**Komplit ayam Goreng, Royco versi Chef Billy, Royco All In One, Royco**

**Juara Bahannya Juara Lezatnya)**

**Mini-Thesis Year: 2016 + 73 Pages + 20 Pictures + 6 Table**

**Bibliography: 22 Books (1940-2013) + 6 Online sources**

This research is aimed to analyze how masculinity representation in Royco advertisement. There are four Royco advertisement to be analyzed which are Royco Bumbu Ayam Goreng, chef Billy verse of Royco, royco all in one, Royco juara bahannya juara lezatnya.

This study aimed to uncover the meaning as well as signs of masculinity in advertising seasoning Royco, its Royco Seasoning Complete Fried Chicken, Royco version Chef Billy, Royco All in One, Royco Juara bahannya juara lezatnya using a model of Roland Barthes semiotic analysis the significance of two stages: denotation and connotation are then connected to myths. The theory used in this research is the representation of masculinity, television commercials, masculinity in advertising, semiotic study of signs.

The results of this study will show the representation of masculine contained in the advertisement seasoning Royco version of advertisement Royco Seasoning Complete Fried Chicken, Royco version Chef Billy, Royco All in One, Royco Juara bahannya juara lezatnya and the most important thing in this study is in the discussion. The author raised three sub-topics, namely masculinity as a leader, masculinity as an innovator, masculinity as a hero.

**Keyword: Representation, Semiotic, Man masculinity, advertisement Royco Seasoning**