

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konstruksi realitas yang dibentuk oleh media massa televisi dengan mengambil subjek penelitian pada iklan televisi Ramayana sebagai media yang mengkonstruksi peran laki laki. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan mengambil sampel video iklan Ramayana kemudian dianalisis dengan metode analisis semiotika Roland Barthes serta data yang bersumber dari dokumen lain (buku, jurnal, berita) terkait dengan subyek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan Ramayana di media massa televisi mengandung simbol-simbol yang bertujuan untuk mendeskripsikan konstruksi realitas peran laki laki sesuai dengan syariat Islam.

Kata kunci: konstruksi realitas, peran, laki laki, media massa, iklan televisi, semiotika Roland Barthes.