

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Agung Budi Prasetyo

20080530008

Analisis Penerimaan Penonton terhadap Maskulinitas dalam Iklan *L'MEN*

(Maskulinitas dalam Iklan *L'MEN*)

Tahun Skripsi : 2011 + 189 Halaman + 60 Gambar + 5 Tabel + Daftar
Kepustakaan : 35 Buku + 3 Jurnal + 32 Sumber Online (2011-2012)

Penelitian ini mencoba menganalisis mengenai konstruksi maskulinitas terhadap iklan *L'MEN*. Tujuan dari penelitian ini ingin memahami bagaimana konsep maskulinitas yang dikonstruksikan oleh *L'MEN* melalui berbagai konsep iklan serta bagaimana masyarakat memahami konstruksi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis mempergunakan metode kualitatif dengan teknik *in dept interview* terhadap lima informan dari berbagai status sosial yang berbeda. Informan pertama bernama Tedy dengan status sebagai model serta pekerja disalah satu radio swasta di Yogyakarta, informan ke dua bernama Febryan yang berstatus mahasiswa dan bekerja sebagai desain web, informan ke tiga bernama Erwin yang bekerja sebagai *customer services* di Adira Finance, informan ke empat bernama Hariyanto yang bekerja sebagai kuli bangunan serta Yoga yang berstatus gay serta bekerja sebagai pelayanan disebuah *cafe* di Yogyakarta. Dari wawancara terhadap ke lima informan tersebut diperoleh hasil bahwa kebanyakan dari informan memberikan pandangan yang sama atau dapat kita sebut sebagai *dominan hegemonik*. Dari hasil ini dapat kita pahami bahwa kelas sosial dari masing-masing informan tidak ada relevansi dalam pemaknaan konsep maskulinitas ketika membaca pesan.

Kata Kunci : Resensi Maskulinitas *L'MEN*