

Homoseksualitas dalam iklan cetak produk mode di Prancis = Homosexuality in fashion printed advertisement in France

Muhammad Luthfi Novirwan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20352109&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas homoseksualitas dalam iklan cetak mode di Prancis untuk menemukan makna yang ingin disampaikan oleh produsen iklan tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan teori semiotik dan mitos dari Roland Barthes. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah iklan cetak produk mode di Prancis, yaitu Chanel dan Jean-Paul Gaultier. Hasil dari analisis yang dilakukan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa pesan yang disampaikan dalam iklan bertema homoseksual ingin menyampaikan isu eksistensi dan kesetaraan.

.....

This research takes homosexuality on fashion printed advertisement in France as its subject to find the meaning behind it. The method used in this research is a qualitative research method, with semiotic and mythology theory of Roland Barthes. The data used in this study is printed advertisement from Chanel and Jean-Paul Gaultier published in 2010. This study shows that the printed advertisements studied contain messages that promotes equality for the homosexual in society.