

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada representasi gaya hidup dan figur komunitas urban pada tetralogi iklan televisi Axis #Iritology dengan mengeskplor wacana mengenai masyarakat. Urban artinya bersifat perkotaan. komunitas urban adalah sekumpulan manusia atau individu yang memiliki sifat kekotaan yang sama.

Keurbanan pun „dihadirkan“ dalam media massa, termasuk iklan televisi. Representasi gaya hidup dan figur komunitas urban pada iklan televisi Axis #Iritology menawarkan sebuah representasi gaya hidup dan figur komunitas urban dari sisi perkembangan teknologi dan gaya hidup yang terbentuk olehnya, karakter orang-orang urban, dan sisi kota secara fisik. Kesimpulan tersebut didapat dari analisis yang dilakukan terhadap masing-masing iklan dalam tetralogi iklan Axis #Iritology, yaitu #Iritology no. 36 (Maha Guru Irit), #Iritology no. 54 (Cekrek Upload AXIS), #Iritology no 72 (AXIS GAOL #Haeel), dan #Iritology no 81 (AXIS KZL #WARBYAZAH).

Berdasarkan hasil analisis, peneliti menemukan bahwa gaya hidup dan figur komunitas urban direpresentasikan sebagai: orang-orang yang hidup dalam gaya hidup *cyber*, orang-orang yang penuh dengan pencitraan diri, orang-orang yang berinteraksi jika ada butuhnya saja, orang-orang yang *melek* teknologi, orang-orang yang selalu ceria dan penuh gairah, orang-orang dengan usia produktif, sosok yang ingin dikenal banyak orang, dan hidup dalam komunitas virtual.

**Keywords: representasi, gaya hidup, komunitas urban, iklan, Axis.**