

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada kajian sosial semiotik mengenai konstruksi identitas manusia melalui penggunaan metafora dalam iklan A Mild “Go Ahead” versi Manimal di media televisi. Penelitian ini menjadi penting karena iklan ini telah mengangkat konstruksi identitas manusia, dimana identitas manusia itu bersifat cair, mudah berubah-ubah dan berstatus *debatable*, yang kemudian dimetaforakan dengan hewan. Pengertian mengenai apa itu manusia telah kita terima sebagai suatu yang alamiah, seolah-olah tidak ada lagi yang perlu dipertanyakan. Iklan A Mild “Go Ahead” versi Manimal dianalisis oleh peneliti dengan menggunakan metode kualitatif dan sosial semiotik milik Trheo Van Leeuwen untuk membedah hasil temuan data.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa ada unsur estetika, maskulinitas dan ideologi *lifestyle* yang disampaikan melalui metafora dengan hewan serigala, ngengat, zebra, merak, singa, bebek, dan anjing. Hal ini menunjukkan bahwa manusia tidak bisa lepas dari unsur-unsur tersebut demi mengikuti gaya hidup yang sedang berkembang.

Kata kunci: Identitas Manusia, Metafora, Estetika, Maskulinitas, Ideologi, Lifestyle, Sosial Semiotik