

ABSTRACT

In 2013, in American television, Carl's Jr. aired another sexually explicit advertisement starring Nina Agdal promoting their new menu *Cod Fish Sandwich*. This video shows a whole lot more of nudity than the sandwich itself. The study aims to examine the male gaze that depicted throughout the video by using male gaze theory by Laura Mulvey and also gender advertisement by Erving Goffman. The qualitative method is used to reveal the portrayal of male gaze as also John Fiske's Television Culture as an approach. The purpose of this research study is to introduce readers to male gaze theory and related research, to extend male gaze theory to our understanding of women's substance use and/or abuse and immersed forms of sexual objectification via sexually objectifying environments, provide an overview of media major contribution on sexual objectification of women. The finding shows that the advertising has more meaning to it than just promoting the sandwich and even though feminism movements have been around for decades in the US, women are still being hypersexualized.

Keywords: patriarchy, women objectification, male gaze, young women, Carl's Jr.

ABSTRAK

Pada 2013, di televisi Amerika, Carl's Jr menayangkan iklan eksplisit lainnya yang dibintangi Nina Agdal mempromosikan menu baru mereka, *Cod Fish Sandwich*. Video ini menunjukkan lebih banyak ketelanjangan daripada sandwich itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menguji *male gaze* yang digambarkan di seluruh video dengan menggunakan teori *male gaze* oleh Laura Mulvey dan juga *Gender Advertisement* oleh Erving Goffman. Metode kualitatif digunakan untuk mengungkap penggambaran *male gaze* sebagaimana juga Budaya Televisi John Fiske sebagai pendekatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkenalkan pembaca pada teori *male gaze* dan penelitian terkait, untuk memperluas teori *male gaze* pada pemahaman kita tentang penggunaan dan / atau penyalahgunaan zat perempuan dan bentuk-bentuk objek seksual yang dibenamkan melalui lingkungan yang menjadi objek seksual, memberikan gambaran umum media kontribusi besar pada objektifikasi wanita. Temuan ini menunjukkan bahwa iklan memiliki makna lebih dari sekadar mempromosikan sandwich dan meskipun gerakan feminisme telah ada di AS lama, wanita masih mengalami hiperseksual.

Kata kunci: patriarki, obyektifikasi wanita, *male gaze*, wanita muda, Carl's Jr.