

ABSTRAK

Abstrak: Iklan merupakan bagian penting dalam dunia promosi, sebagai sebuah identitas yang melambangkan karakter produk tersebut. Iklan juga dapat berarti pemberitahuan kepada khalayak ramai mengenai barang atau jasa yang dijual, yang ditempatkan dalam media massa seperti cetak, radio, dan televisi. Salah satu produk yang sedang menjamur dikalangan masyarakat adalah produk kecantikan, MS glow adalah salah satunya. MS Glow adalah Brand perawatan kulit (Skincare) dan perawatan tubuh (body care) bagian dari PT Kosmetik Global Indonesia. Berdiri pada tahun 2013, MS GLOW merupakan singkatan dari moto MS Glow yaitu Magic For Skin. Konsep yang dibangun dalam iklan MS Glow sangat menarik untuk diamati, tidak hanya menarik dan jenaka, iklan produk ini juga mencerminkan unsur lain, yaitu representasi. Dalam iklan ditemukan banyak unsur representasi, salah satu unsur representasi yang muncul adalah representasi maskulinitas dan feminitas. Maskulinitas dan feminitas merupakan sebuah konstruksi sosial yang menurujuk pada gender manusia. Penelitian ini berfokus pada representasi maskulinitas dan feminitas, kemudian di analisis menggunakan teori semiotika, agar menemukan tanda-tanda maskulinitas dan feminitas dalam iklan tersebut. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan data berupa kumpulan video iklan MS Glow. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka ditarik simpulan bahwa Representasi maskulinitas dan feminitas pada iklan antimanstream MS Glow berupa Kesuksesan/pencapaian, agresifitas, dominan/dominasi, kelembutan, kelemahan, penyayang.

Kata Kunci : Iklan, Representasi, Semiotika, Maskulinitas dan Feminitas.

ABSTRACT

Abstract : Advertisements are an important part of the promotion world, serving as an identity that represents the character of the product. Advertisements can also be seen as notifications to the public about goods or services being sold, disseminated through mass media such as print, radio, and television. One product that has gained popularity among society is beauty products, and MS Glow is one of them. MS Glow is a skincare and body care brand under PT Kosmetik Global Indonesia. Established in 2013, MS Glow is an abbreviation for its motto, "Magic For Skin." The concept developed in MS Glow's advertisements is intriguing to observe. Not only are they attractive and humorous, but these advertisements also reflect other elements, such as representation. In the advertisements, various elements of representation can be found, including the representation of masculinity and femininity. Masculinity and femininity are social constructs that pertain to human gender. This study focuses on the representation of masculinity and femininity, analyzed using semiotic theory to identify signs of masculinity and femininity in the advertisements. The research adopts a descriptive qualitative approach, with data consisting of a collection of MS Glow advertisement videos. Based on the results of the analysis that has been carried out, it is concluded that the representation of masculinity and femininity in the MS Glow advertisement is in the form of success/achievement, aggressiveness, dominance/dominance, gentleness, weakness, affection.

Keyword : *Advertisement, Representation, Semiotic, Masculinity and Femininity*

