



ABSTRAK

ANALISIS SEMIOTIKA MASKULINITAS PADA IKLAN POND'S MEN: ULTRA BRIGHT OIL FIGHTER FACIAL FOAM

Adinda Perwita Sari
5211711123

Iklan merupakan bentuk informasi yang bertujuan untuk menarik perhatian dan meyakinkan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Penelitian yang berjudul “Analisis Semiotika Maskulinitas Pada Iklan Pond’s Men: Ultra Bright Oil Fighter Facial Foam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanda, simbol serta mitos maskulinitas yang terkandung dalam iklan Pond’s Men: Ultra Bright Oil Fighter Facial Foam. Penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan model analisis semiotika Roland Barthes. Teori Roland Barthes digunakan untuk menganalisis makna visual yang muncul dalam iklan meliputi, denotasi, konotasi, dan mitos. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama yaitu, membagi setiap adegan dalam iklan menjadi beberapa potongan shot, tahap kedua mengidentifikasi tanda-tanda maskulinitas, dan tahap ketiga menganalisis tanda denotasi, konotasi, serta mitos. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa iklan Pond’s Men: Ultra Bright Oil Fighter Facial Foam mempresentasikan maskulinitas dalam sosok pria pemimpin, pria yang kuat, dan pria yang percaya diri.

Kata Kunci: Maskulinitas, Iklan, Semiotika Roland Barthes

ABSTRACT

SEMIOTIC ANALYSIS OF MASCULINITY IN POND'S MEN ADVERTISEMENT: ULTRA BRIGHT OIL FIGHTER FACIAL FOAM

Adinda Perwita Sari
5211711123

Advertising is a form of information that aims to attract attention and convince consumers of the products or services offered. The research entitled "Semiotic Analysis of masculinity in Pond's Men Ads: Ultra Bright Oil Fighter Facial Foam. This study aims to determine the signs, symbols and myths of masculinity contained in the advertisement of Pond's Men: Ultra Bright Oil Fighter Facial Foam. This research is analyzed using a descriptive approach using Roland Barthes' semiotic analysis model. Roland Barthes' theory is used to analyze the visual meanings that appear in the advertisement including, denotation, connotation, and myth. This research was conducted through several stages. The first stage is dividing each scene advertisement into several shot pieces, the second stage is identifying signs of masculinity, and the third stage is analysing denotation, connotation, and mythical sign. The results of this study reveal that the advertisement of Pond's Men: Ultra Bright Oil Fighter Facial Foam presents masculinity in the figure of a leader man, a strong man, and a confident man.

Keywords: *Masculinity, Advertising, Roland Barthes Semiotics*