

ABSTRAK

Perkembangan dunia bisnis dan industri di Indonesia yang semakin pesat menimbulkan adanya persaingan dalam meraih konsumen. Salah satu cara menarik hati konsumen, perusahaan menggunakan media iklan televisi. Banyak iklan tentang produk perawatan pria membuat berbagai varian dan inovasi untuk menarik hati konsumen. Iklan Pond's Men versi "Marshall Sastra – Lelaki Masa Kini" muncul dengan representasi maskulinitas dengan penggambaran sosok maskulinitas seorang pria. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna isi pesan dalam merepresentasikan maskulinitas dalam iklan Pond's Men versi "Marshall Sastra – Lelaki Masa Kini". Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, dokumentasi, studi pustaka, serta referensi-referensi yang berkaitan dengan penelitian. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis Semiotika Roland Barthes. Penelitian menggunakan 4 dari 9 formula yaitu Siapa Komunikator, Motivasi Komunikator, Konteks Fisik dan Sosial, Intersektualitas, dan Intersubyektivitas. Hasil Penelitian dari iklan Pond's Men versi "Marshall Sastra – Lelaki Masa Kini" terdapat makna konotasi dan denotasi maskulinitas pria yang dilihat dari cara berpenampilan, bersikap, dan gaya memimpin, serta makna warna dan tanda-tanda yang digunakan pada iklan untuk membangun kepercayaan diri dalam membentuk maskulinitas. Budaya maskulinitas pria dalam iklan menyangkut fisik dan karakter. Iklan Pond's Men yang menggambarkan maskulinitas pria mengandung ideologi kapitalisme dimana kostum dan properti diperlihatkan untuk menunjukkan tanda dari ideologi tersebut.

Kata Kunci: *Iklan Televisi, Maskulinitas, Semiotika Roland Barthes, Iklan Pond's Men versi "Marshall Sastra – Lelaki Masa Kini".*

ABSTRACT

The development of the business world and industry in Indonesia is increasing rapidly raises competition in reaching consumers. One attracts the hearth of consumers, companies use television advertising media. A lot of advertising about men care products making various variants and innovations to attract the hearth of consumers. Pond's Men version "Marshall Sastra – Lelaki Masa Kini" ads, appears with masculine representation with the portrayal of male's masculine figure. This study aims to determine the meaning of the message content in representing masculinity in Pond's Men version "Marshall Sastra – Lelaki Masa Kini" ads. Research method used is qualitative method. Data collection techniques in this study using interviews, documentation, literature studies, and references related to research. Analysis technique used is semiotics analysis of Roland Barthes. This research used 4 of 9 formulas that is Who is Communicator, Communicator Motivation, Physical and Social Context, Intertextuality, and Intersubjectivity. The result of Pond's Men version "Marshall Sastra – Lelaki Masa Kini" ads, have the connotation and denotation meaning of male masculinity seen from the way of appearance, attitude, and lead style, and the meaning of colors and signs used in advertising to build confidence in forming masculinity. The culture of male masculinity in advertising concerns both physical and character. Pond's Men ads depicting male masculinity contain the ideology of capitalism in which costumes and property are shown to show signs of the ideology.

Keywords: *Television ads, Masculinity, Semiotics by Roland Barthes, Pond's Men version "Marshall Sastra – Lelaki Masa Kini" ads.*