

ABSTRAK

Tidak hanya wanita kini produk *skincare* untuk perawatan kulit laki-laki sudah mulai berkembang di kalangan masyarakat Indonesia. Hal ini terlihat dengan pertumbuhan industri kecantikan khusus untuk laki-laki. Sehingga mulai banyak *brand* yang beradaptasi dengan menghadirkan produk kecantikan khusus untuk laki-laki. Mulai dari *brand* lokal hingga internasional. Salah satunya yaitu produk MS Glow For Men. Untuk mengenalkan produk MS Glow For Men mereka melakukan kegiatan promosi melalui pembuatan iklan bersama *brand ambassador* Marshel Widiyanto dan Babe Cabita yang juga dikenal sebagai komika atau komedian asal Indonesia. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pemaknaan khalayak mengenai isi pesan pada iklan MS Glow For Men di Instagram maka, digunakan metode analisis resepsi Stuart Hall. Jumlah informan yaitu sebanyak 5 (lima) orang dengan menggunakan metode wawancara mendalam sebagai Teknik pengumpulan data. Melalui metode kualitatif dengan pendekatan analisis resepsi oleh Stuart Hall hasil penelitian terbagi menjadi beberapa posisi. Diantaranya yaitu posisi dominan, negosiasi, dan oposisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari kelima informan, dua diantaranya termasuk dalam kategori *Dominan-Hegemonic Position*. Sedangkan ketiga informan lainnya termasuk dalam posisi *Negotiated Position*. Untuk kategori *Oppositional Position*, peneliti tidak menemukan informan yang termasuk dalam kategori tersebut.

Kata kunci: analisis resepsi, *brand ambassador*, laki-laki

ABSTRACT

Not only women, now skincare products for men's skincare have begun to develop among Indonesian people. This can be seen with the growth of the beauty industry specifically for men. So many brands have started to adapt by presenting beauty products specifically for men. From local to international brands. One of them is the MS Glow For Men product. To introduce the MS Glow For Men product, they carried out promotional activities by creating advertisements with brand ambassadors Marshel Widiyanto and Babe Cabita who are also known as comedians or comedians from Indonesia. This research is intended to find out the meaning of the audience regarding the message content in MS Glow For Men advertisements on Instagram, so the Stuart Hall reception analysis method was used. The number of informants is 5 (five) people using the in-depth interview method as a data collection technique. Through a qualitative method with a reception analysis approach by Stuart Hall, the research results are divided into several positions. Among them are the dominant position, negotiation, and opposition. The results showed that of the five informants, two of them were included in the Dominant-Hegemonic Position category. While the other three informants are included in the Negotiated Position. For the Oppositional Position category, the researcher did not find any informants who fall into that category.

Keywords: reception analysis, *brand ambassador, male*