

ABSTRAK

Nama : Moch. Yunieko Anjastyawan
NIM : 44218110034
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Analisis Resepsi Iklan Msglow for Men Marshel Widiyanto X Babe Cabiita #Semuajugabisa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Periode Februari 2023 – September 2023)
Pembimbing : Dr. A. Rahman, HI, M.Si

Penelitian ini didasari adanya iklan produk MS Glow For Men #Semuajugabisa yang menampilkan Babe Cabiita dan Marshel Widiyanto sebagai bintang iklan sekaligus brand ambassador produk perawatan tubuh laki-laki. Konsep ini menjadi perbincangan hangat khalayak luas karena konsep maskulinitas yang di tampilkan berbeda dengan konsep iklan produk perawatan tubuh lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan khalayak mengenai standar maskulinitas yang di gunakan dalam iklan MS Glow For Men #Semuajugabisa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teori analisis resepsi Stuart Hall yang hasilnya terbagi menjadi 3 kategori yaitu Posisi Dominan, Posisi Negosiasi dan Posisi Oposisi. Informan penelitian berjumlah 5 orang yang merupakan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara mendalam.

Setelah dilakukan wawancara mendalam kepada 5 informan terbagi menjadi 2 informan masuk dalam Posisi Dominan, 1 informan masuk dalam Posisi Negosiasi, dan 2 informan masuk dalam Posisi Oposisi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing informan memiliki penerimaan yang berbeda-beda terhadap konsep iklan MS Glow Mor Men #Semuajugabisa. Penerimaan tersebut didasari pada prespektif individu dan latar kelompok sosial khalayak.

Kata kunci: *Analisis Resepsi, Iklan, Maskulinitas, Skincare*

ABSTRACT

Name : Moch. Yunieko Anjastyawan
NIM : 44218110034
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : Reception Analysis of Msglow for Men Marshel Widiyanto X Babe Cabiita #Semuajugabisa Advertisement (Case Study on Students of the Faculty of Communication, Mercubuana University February 2023 - September 2023)
Counsellor : Dr. A. Rahman, HI, M.Si

This research is based on an advertisement for MS Glow For Men #Semuajugabisa products featuring Babe Cabiita and Marshel Widiyanto as advertising stars as well as brand ambassadors for male body care products. This concept has become a hot discussion of a wide audience because the concept of masculinity displayed is different from the concept of advertising other body care products.

This research aims to determine the audience's acceptance of masculinity standards used in MS Glow For Men advertisements #Semuajugabisa. This study uses descriptive qualitative research methods with Stuart Hall's reception analysis theory whose results are divided into 3 categories, namely Dominant Position, Negotiation Position and Opposition Position. There were 5 research informants who were students of the Faculty of Communication Sciences, Mercu Buana University. The data collection technique used was an in-depth interview.

After in-depth interviews with 5 informants, 2 informants were in the Dominant Position, 1 informant was in the Negotiation Position, and 2 informants were in the Opposition Position.

The results showed that each informant had a different acceptance of the MS Glow Mor Men #Semuajugabisa advertising concept. The acceptance is based on the individual perspective and social categories perspective of the audience.

Keywords: Reception Analysis, Advertisement, Masculinity, Skincare