

## ABSTRAK

Produk skincare yang ada di Indonesia tidak banyak yang menyediakan skincare untuk pria. Salah satu brand lokal yang terdapat produk skincare untuk pria yaitu MS Glow For Men. Karena produk skincare di Indonesia masih terbatas untuk kaum pria, ms glow for men menjangkau konsumen mereka salah satunya dengan iklan. Namun ms glow memberikan tayangan iklan yang berani tampil beda. Umumnya para pengiklan skincare mereka memilih talent yang merepresentasikan dari brand yang diangkat yakni bersebrangan dengan makna maskulinitas yang umum di tengah masyarakat Indonesia saat ini. Penelitian ini berfokus kepada representasi maskulinitas dari kaum pria di Indonesia seperti yang ada dalam iklan Ms Glow *for Men* versi “Semua Juga Bisa” yang diperankan oleh Babe Cabita dan Marshel Widiyanto, dan dianalisis menggunakan konsep dari Charles Sanders Peirce yang diklasifikasikan menjadi tiga yaitu tanda, objek, dan interpretan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna “maskulinitas” melalui iklan MS Glow For Men versi “Semua Juga Bisa” yang diperankan oleh Babe Cabita dan Marshel Widiyanto. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotik untuk mengetahui representasi makna maskulinitas, dengan subjek penelitian yakni visual pada iklan MS Glow for Men dan objek penelitian makna maskulinitas pada iklan MS Glow for Men. Hasil penelitian ini adalah Maskulinitas pada iklan MS Glow versi Semua Juga Bisa hadir dalam dua konsep maskulinitas yang ada, yakni yang pertama adalah maskulinitas klasik dan maskulinitas baru serta menjelaskan mengenai makna semua juga bisa yang artinya adalah pria juga dapat menggunakan *skincare* tidak terbatas dari konsep maskulinitas klasik yang ada selama ini di tengah masyarakat.

**Kata Kunci :** Charles Sanders Peirce, Iklan MS Glow For Men, Representasi Makna, Semiotika