

Hiperrealitas dalam iklan kecantikan studi kasus iklan Pond's white beauty spotless white cream = Hiperreality in beauty advertisement a case study of Pond's white beauty spotless white cream advertisement

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20352108&lokasi=lokal>

Abstrak

[Media memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk gambaran masyarakat tentang kecantikan. Hal ini dikarenakan media memiliki tujuan untuk memanipulasi pasar sehingga tercipta pasar baru bagi para produsen produk-produk kecantikan. Dengan demikian para perempuan yang menontonnya akan memiliki kebutuhan untuk bisa memenuhi standar kecantikan yang dibuat oleh media melalui penggunaan produk-produk yang diiklankan. Tulisan ini membahas tentang hiperrealitas yang terbentuk melalui iklan televisi, yaitu iklan Pond's W Kasus Iklan Pond's White Beauty Spotless White Cream versi Bukan Cinta Biasa. Dalam iklan ini ditemukan bahwa perempuan yang cantik adalah perempuan yang memiliki kulit putih, mulus, tanpa noda hitam di wajah. Selain itu, dalam iklan ini juga digambarkan bahwa perempuan dengan kriteria cantik di atas akan mudah menarik perhatian pria idamannya. Hal ini sesuai dengan konsep hiperrealitas, yakni kriteria perempuan cantik dimanipulasi sedemikian rupa sehingga sesuai dengan kegunaan produk yang dipasarkan dalam iklan tersebut.

, Media has big roles in shaping how people see about the concept of beauty. It is because media has a goal to manipulate its market to create a new market for the beauty industries. Thus the women who saw it would have some new needs, regarding their desire to become pretty and start to consume the products that is advertised in those media. This paper is studying about hiperreality that is formed by those media, in this case by advertisement of Pond's White Beauty Spotless White Cream, Bukan Cinta Biasa Version. In this advertisement, a beautiful women is described by having a white, flawless skin, without black spots in her face. Moreover, this advertisement also describes that those kind of woman can get attention from her crush easily. Those descriptions are showing that there is hiperreality in the advertisement. It means that there are manipulations in the advertisement, and it is done according to the benefit of the product in the advertisement.]