

Representasi mitos kecantikan dalam iklan produk anti-penuaan: "Nivea Cellular Perfect Skin", "Garnier Miracle Sleeping Cream", dan "REVIDERM skintellegence" = Beauty myth in anti aging products advertising : "Nivea Cellular Perfect Skin", "Garnier Miracle Sleeping Cream", and "REVIDERM skintellegence"

Rumiris, Evani Tama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434621&lokasi=lokal>

Abstrak

Mempertahankan kondisi tubuh dan wajah menjadi sebuah tuntutan sosial di masyarakat sehingga wanita bisa merasa lebih percaya diri. Kulit yang tetap kencang, elastis, dan tanpa kerutan merupakan dambaan setiap wanita yang sudah melewati usia tertentu. Citra ideal yang terus menerus dikonstruksi secara perlahan dapat menjadi standar budaya tentang kecantikan yang secara tidak sadar mempengaruhi pikiran wanita, yaitu keinginan untuk tetap awet muda. Berbagai fenomena tersebut semakin gencar dimanfaatkan oleh industri kosmetik untuk meningkatkan penjualan produknya, salah satunya melalui media iklan. Beberapa produsen yang menawarkan produk anti-penuaan melalui iklan adalah Nivea, Garnier, dan Reviderm. Dalam makalah ini akan dibahas bagaimana representasi wanita cantik dalam iklan produk anti-penuaan dan juga menelaah bentuk representasi awet muda yang menjadi identitas tertentu di masyarakat.

.....

Many women nowadays always try to maintain the condition of her body and face that fit into social standard. Many of them believe that it makes them more confident. Tight, elastic and flawless skin is a dream of every women in certain age. This continuously constructed image slowly becoming cultural standard of beauty and affect women's mind. The phenomena is intensively used by the cosmetics industry to increase sale of its products and one of them is with advertising media. Some manufacturers that offer anti-aging products are Nivea, Garnier, and Reviderm. This research discusses how the representation of beautiful women in anti-aging products advertising and also examines the anti-aging criteria that become certain identity in society.