

Representasi perempuan dalam iklan pencokelat kulit Nivea Sun "Protect and Bronze" = Women representation in Nivea Sun "Protect and Bronze" tanning cream advertisement

Indhira Ratri Pembayun, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20447053&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Salah satu kriteria dalam standar kecantikan adalah kulit. Di Jerman, perempuan berkulit cokelat dianggap lebih menarik, sehingga berbagai produk pencokelat kulit banyak ditemui di pasaran. Untuk memasarkan berbagai produk tersebut, media memiliki peranan yang sangat besar melalui pemasangan iklan. Sebagai salah satu produk media yang paling efektif dalam memengaruhi pola pikir masyarakat, iklan penting untuk dianalisis. Penelitian ini menganalisis iklan Nivea Sun Protect and Bronze, sebuah produk pencokelat kulit, untuk melihat bagaimana penggambaran dalam iklan menegaskan mitos kecantikan dalam masyarakat. Dengan melakukan analisis tekstual terhadap iklan tersebut, penelitian ini menemukan bahwa kriteria cantik dalam masyarakat Jerman dibentuk dengan menampilkan gambaran perempuan langsing dan berkulit cokelat sebagai perempuan ideal.

ABSTRACT

Glowing, younger looking and healthy skin is one of the criteria in beauty myth. In Germany, tanned skin is perceived as more attractive. Therefore, a variety of indoor tanning products can be easily found in the market. Media plays a significant role to sell those products through advertising, which at the same time plays a crucial role in influencing people. Thus it is important to analyze advertising in order to investigate the ideology that lies beneath the surface of the text. This research focuses on analyzing an ad, namely Nivea Sun Protect and Bronze, to see how the depiction in advertising confirms the beauty myth in society. By conducting textual analysis of the ad, the study finds that the beauty myth in German society is formed by displaying an idealized tanned female body.