

Analisis citra tubuh positif perempuan dalam MPR produk pakaian dalam (studi komparatif antara Aerie dan Lolalola Indonesia) =
Analysis of body positivity on MPR of women's lingerie products
(comparative study between Aerie and Lolalola Indonesia)

Siti Alifa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468693&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Makalah non-seminar ini membahas sejauh mana penggunaan konsep citra tubuh positif pada MPR sebuah brand pakaian dalam perempuan berdampak pada tingkat penjualannya. Penulis menggunakan metodologi studi literatur dan pengamatan konten media sosial baik objek dan subjek penelitian. Hasil dari pengamatan ini adalah bagaimana brand pakaian dalam perempuan yang menerapkan konsep MPR dan citra tubuh positif mengalami kenaikan penjualan dibandingkan dengan yang tidak menerapkannya. Hal ini terjadi karena penggunaan model dengan tubuh yang lebih realistis dinilai lebih relatable dengan konsumen dan akan mendorong niat beli dari calon konsumen yang terpapar produk pemasaran tersebut.

ABSTRACT

This study examines how far body positivity on a women's lingerie MPR effects the sales rate. This study conducted by document research and observing social media content of both subject and object of this study. The result has shown that lingerie brand which implemented MPR and combined it with body positivity issue has better sales than brands that don't implement these marketing tactics. This happens because displaying models with more realistic body is more appreciated and will encourage better purchase intention from potential customers who are exposed by the marketing products that have models with realistic body.