

Zettai Ryouiki: pemanfaatan tubuh perempuan pada iklan Jepang = Zettai Ryouiki: the use of female body parts in Japanese advertising

Ni Komang Ayu Pertiwi Pendet, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20476402&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini mengangkat permasalahan tentang pemanfaatan tubuh perempuan pada iklan Jepang. Pemanfaatan tubuh perempuan dalam media bukanlah hal baru, tetapi yang baru dalam fenomena ini adalah memanfaatkan bagian tubuh perempuan sebagai tempat menempelkan iklan. Sebuah biro periklanan di Tokyo Jepang menjadikan bagian tubuh perempuan sebagai tempat pemasangan iklan. Fenomena ini di Jepang disebut zettai ryouiki. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan langkah-langkah pengumpulan data menggunakan teknik studi kepustakaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi, mengeksplorasi, dan menganalisis peran media periklanan menggunakan tubuh perempuan dalam beriklan dan perubahan nilai-nilai yang berlaku bagi perempuan sebagai pelaku zettai ryouiki terhadap fenomena zettai ryouiki. Bagian pertama dari penelitian ini berfokus pada peran media periklanan, Berdasarkan teori biopower dari Foucault bahwa media sebagai salah satu pelaku pemilik kontrol dalam mengontrol atau mengendalikan tubuh perempuan. Bagian kedua dari penelitian ini berfokus pada perubahan nilai-nilai yang berlaku bagi perempuan pelaku zettai ryouiki terhadap fenomena zettai ryouiki. Perempuan menampilkan diri dengan memperlihatkan bagian paha merupakan representasi seksualitas yang diciptakan dan dikonsumsi oleh hasrat keinginan diri sendiri untuk menambah kesan unik dan popularitas.

<hr />

ABSTRACT

This research examine the problem how the use of female body parts in Japanese advertising. The use of female body parts in media is not new, but what is new with this phenomenon is the use of female body part as advertising. An advertising agency in Tokyo, Japan, has made female body part as an advertising media. This phenomenon in Japan is called zettai ryouiki. This research used research method of data collection through literature study technique. The purpose of this research is to identify, explore, and analyze the role of advertising media using the female body and the changing values that apply to young women related to the phenomenon of zettai ryouiki. The first part of this study focuses on the role of advertising media, based on Foucault's biopower theory where media is one of the owners that control or controlling the female body. The second part of the study focuses on changes in values that apply on women against the phenomenon of zettai ryouiki. Women present themselves by showing the thighs as representation of sexuality created and consumed by the desire of self unique impression and popularity.