

Representasi perempuan bertubuh besar dalam iklan (Analisis Semiotika Terhadap Iklan Nivea #ExtraCare for Extra Women) = Representation of obese women in advertisement (Semiotic Analysis Nivea #ExtraCare for Extra Woman)

Tina Safira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20505030&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi perempuan bertubuh besar dalam iklan karena hasil studi terdahulu menunjukkan adanya perbedaan representasi tubuh besar dengan tubuh langsing di media. Media seringkali menampilkan tubuh langsing sebagai standar tubuh ideal bagi perempuan, sebaliknya perempuan bertubuh besar direpresentasikan sebagai sosok yang minder, tidak produktif, tidak pandai bergaul, dan lain-lain. Nivea muncul dengan iklan yang menggunakan model perempuan bertubuh besar sebagai model utamanya. Untuk mengkaji iklan ini peneliti menggunakan teori representasi dari Stuart Hall dan menggunakan metode analisis semiotika Charles Peirce. Hasil penelitian menunjukkan, di satu sisi, nilai-nilai edukasi melalui pesan moral bahwa model perempuan bertubuh besar memiliki rasa percaya diri. Selain itu, model iklan menunjukkan kemampuan pengembangan diri dan dapat berinteraksi dengan baik dengan orang lain. Namun, dalam iklan tersebut masih merefleksikan budaya patriarki dengan mengkonstruksi perempuan bertubuh besar yang feminin dan berkulit putih

.....This study discusses the representation of obese women in advertisements because the results of previous studies show differences in representation of obese bodies with slim bodies in the media. Media that release the body as an ideal body standard for women, on the other hand, an obese woman is represented as a figure who is inferior, unproductive, not sociable, and others. Nivea appeared with an advertisement that used an obese female model as the main model. To analyze this ad, researchers used the theory of representation from Stuart Hall and used Charles Peirces semiotic analysis method. The results showed,

on the one hand, the values of education through the moral message of the obese female models have self-confidence. In addition, the advertising model shows self-development abilities and can interact with others. However, the ad still reflects patriarchal culture by constructing an obese woman who is feminine and white.