

Representasi Gender Dalam Iklan Cetak Minuman Diet Coke Tahun 2012 Di Prancis = Gender Representation in 2012 Diet Coke Print Advertisements in France

Riza Karlina Dewi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920542545&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan representasi gender yang ditampilkan melalui iklan minuman Diet Coke yang menggandeng perancang busana bernama Prancis, Jean-Paul Gaultier. Representasi gender yang dimaksud merupakan cara untuk mewakili tentang keadaan perbedaan peran perempuan dan laki-laki yang berkembang di dalam lingkungan sosial masyarakat. Iklan ini sekaligus mematahkan stereotip gender yang membudaya di masyarakat patriarki. Stereotip gender diartikan sebagai pandangan atau perilaku yang menunjukkan perbedaan biologis mempengaruhi perbedaan secara sosiologis. (Oakley, 1972). Stereotip gender direpresentasikan melalui berbagai jenis media, periklanan salah satunya. Budaya patriarki di masyarakat Prancis juga mempengaruhi media di Prancis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Fokus penelitian ini adalah untuk menunjukkan representasi gender dari dua tokoh perempuan dalam iklan Coca Cola yang memperlihatkan kedua perempuan yang menggunakan baju wanita tetapi di sisi lain, wajahnya tertutup gambar Jean-Paul Gaultier yang merupakan seorang pria. Representasi gender ditunjukkan oleh kedua iklan ini melalui model iklan, baju yang mereka kenakan, pose, warna yang dominan di dalam iklan, desain kemasan dan tipografi. Melalui representasi warna, pose, baju, dll terlihat adanya representasi gender yang tidak sesuai dengan aturan gender yang berlaku dalam masyarakat. Sehingga bisa dikatakan bahwa Jean-Paul Gaultier berusaha menawarkan gender yang baru atau menanamkan nilai gender-fluid dalam karya-karyanya.

..... This research aims to explain the gender representation shown in the Diet Coke drink advertisement which collaborates with the famous French fashion designer, Jean-Paul Gaultier. Gender representation in question is a way to represent the differences in the roles of women and men that develop in the social environment of society. This advertisement also breaks gender stereotypes that are entrenched in patriarchal societies. Gender stereotypes are defined as views or behavior that show biological differences influence sociological differences. (Oakley, 1972). Gender stereotypes are represented through various types of media, advertising is one of them. The patriarchal culture in French society also influences the media in France. The method used in this research is qualitative method. The focus of this research is to show the gender representation of two female characters in the Coca Cola advertisement which shows the two women wearing women's clothes but on the other hand, their faces are covered by the image of Jean-Paul Gaultier, who is a man. Gender representation is shown in these two advertisements through the advertising models, the clothes they wear, poses, dominant colors in the advertisement, packaging design and typography. Through the representation of colors, poses, clothes, etc., it can be seen that there is a gender representation that is not in accordance with the gender rules that apply in society. So it can be said that Jean-Paul Gaultier is trying to offer a new gender or instill gender-fluid values in his works.