

Representasi maskulinitas baru pada iklan produk kosmetik pria dalam majalah berbahasa Jerman Brigitte dan Stern

Nurzakiah Ahmad, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=123203&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas mengenai perubahan nilai maskulinitas yang direpresentasi melalui iklan-iklan produk kosmetik pria. Kosmetik telah sekian lama terkonstruksi ke dalam area feminin. Namun, hal ini nampaknya kini telah berubah. Terdapat pemaknaan baru mengenai bagaimana nilai maskulinitas itu diyakini sekarang. Dengan menganalisis struktur yang membangun masing-masing iklan, skripsi ini mencoba untuk menganalisis bagaimana tiga iklan produk kosmetik pria, yang sudah dipilih sebagai korpus data, merepresentasi nilai-nilai maskulinitas baru.

This study is about the changing of the idea of masculinity in society, which is represented by the advertisements of men's grooming products. Since a long time ago, grooming products had been constructed into the area of femininity. But it seems now, this construction is already changed. There is a new idea of how masculinity is now defined. By analyzing structures of each advertisement, this study tries to analyze how the three advertisements of men's grooming products represent and bring the idea of the new and modern masculinity to society.