

Representasi femininitas dalam iklan rokok perempuan di Rusia tahun 2008-2011 = Representation of femininity in female cigarette advertisings in Russia 2008-2011

Andhini Fath, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20312253&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK
Skripsi ini memaparkan simbol-simbol femininitas dalam iklan rokok perempuan di Rusia. Iklan rokok telah sekian lama terkonstruksi ke dalam area maskulin. Namun, hal ini nampaknya telah berubah. Telah terjadi perubahan makna dalam iklan rokok perempuan di Rusia disebabkan oleh masuknya Transnational Tobacco Companies pada tahun 1990-an. Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Untuk menganalisis ketigabelas iklan rokok perempuan di Rusia digunakan teori semiotika Roland Barthes dan teori gender sebagai konstruksi sosial milik Oakley dan Connell. Dengan menganalisis struktur yang membangun masing-masing iklan, disimpulkan bahwa perubahan makna simbol-simbol femininitas dalam iklan rokok perempuan di Rusia merupakan sebuah bentuk market feminism.

<hr>

Abstract

This thesis describes the symbols of femininity in female cigarette advertisings in Russia. Cigarette advertising have long been constructed into a masculine area. However, the construction seems to change. A change of meaning in female cigarette advertising in Russia is caused by the influx of Transnational Tobacco Companies in the 1990s. The method used in this thesis is a qualitative research method with a case study approach. Semiotics theory of Roland Barthes and gender theory as a social construction of Oakley and Connell are used to analyze the thirteenth female cigarette advertisings in Russia. By analyzing the structure that construct each advertising, it is concluded that the changes of meaning in femininity symbols in female cigarette advertisings in Russia is a form of market feminism.