

Penggambaran citra perempuan dalam iklan televisi kategori produk laki-laki = The figure of image of women in TVC ad of men product category

Darlyss Yabes Chrismanuel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368961&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan TV komersial merupakan salah satu media yang efektif dalam menyampaikan pesan pemasaran karena jangkauannya yang luas. Pesan pemasaran disampaikan dengan pendekatan persuasif untuk menimbulkan recall yang tinggi dan menciptakan keinginan untuk membeli. Peran wanita dalam iklan sering kali digunakan dan dinilai efektif dalam mempersuasi khalayak konsumen. Kali ini, kita akan melihat penggambaran citra perempuan yang sering dan efektif digunakan dalam iklan televisi untuk mempersuasi khalayak konsumen khususnya produk kategori produk laki-laki dan bagaimana penggambaran tersebut berpengaruh terhadap tindakan pembelian atau efektif menyentuh emosi dari khalayak konsumen untuk tindakan membeli. Permasalahan akan dibahas dengan melihat citra perempuan menurut dalam contoh iklan TV komersial kategori produk laki-laki di Indonesia. Setiap citra perempuan yang digambarkan akan memperlihatkan bagaimana peran perempuan yang dikondisikan oleh pengiklan dalam mempengaruhi khalayak kepada tindakan pembelian. Pembahasan menggunakan 5 contoh iklan dari kategori produk laki-laki, yaitu Iklan L-Men, KukuBima Energy Drink, Axe for Men, KIT Motor Shampoo, dan Gellette Mach 3 untuk melihat citra perempuan yang terkandung di dalamnya. Dari ke 5 contoh iklan tersebut, semuanya menggambarkan perempuan sebagai sosok pemikat dimana memiliki keindahan tubuh sering digunakan untuk memperkuat pesan pemasaran di benak khalayak. Penggunaan visualisasi perempuan dalam iklan tentunya dapat menambah daya pikat iklan tersebut dalam mengambil perhatian khalayak, namun tentunya penggambaran tersebut harus sesuai dengan kebudayaan dan norma yang berlaku.

.....Commercial TV advertising is one of the effective medium in conveying a marketing message because of extensive coverage . Marketing message is delivered with a persuasive approach to induce high recall and create a desire to buy . The role of women in advertising is often used and considered effective in persuading the consumer audience . This time , we will see the depiction of the image of women that is frequently and effectively used in television advertising to persuade audiences consumer product category of the product , especially men and how these depictions affect the purchase or effective action to touch the emotions of the consumer audience to purchase action. The problem will be addressed by looking at the image of women in the sample according to the product categories of commercial TV advertising men in Indonesia . Every image that illustrated women will show how the role of women who are conditioned by advertisers to influence audiences to purchase action . The discussion uses 5 examples of advertising product categories men , namely Ad L -Men , KukuBima Energy Drink , Axe for Men , KIT Motor Shampoo , and Gellette Mach 3 to look at the image women contained therein . 5 examples of all the ads , all described as being a decoy woman has a beautiful body which is often used to reinforce the marketing message in the minds of audiences . The use of visualization women in advertising can certainly add to the allure of these ads in taking the audience 's attention , but of course, the depiction must conform to the culture and norms .