

Post feminisme dalam penggambaran perempuan pada iklan produk perawatan tubuh dove = Post feminism in dove s advertisement on describing women`s image

Munaya Nasiri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20423942&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggambaran perempuan pada iklan membentuk stereotip yang ada di masyarakat. Hal ini terjadi karena pesan yang disampaikan melalui medium televisi menjangkau masyarakat luas. Salah satu bentuk stereotip yang ada adalah stereotip mengenai kecantikan perempuan. Stereotip tersebut dapat ditemukan pada iklan produk perawatan tubuh. Adanya stereotip tersebut, membuat perempuan memiliki konsep diri negatif, yaitu, kurangnya rasa percaya diri. Namun, produk Dove hadir dengan pesan iklan yang berbeda. Dove menggunakan kampanye yang disiarkan di internet dengan membawa nilai post-feminisme, yaitu, meyakinkan perempuan agar berani mengaktualisasikan dirinya. Pada akhir pembahasan, akan terbukti bahwa Dove menyisipkan nilai post-feminisme dalam pesan kampanyenya.

.....

The way advertisement describes women's image frequently forming a stereotype in society. It happens because the message is delivered through the television that can reach a wider audience. One of the stereotypes that exist in society is about women's beauty. We can find it at body-care product ads. This stereotype makes women have a negative self-concept, in which, women have a lack of confidence. But, there is a body care product that appears with a different message. Dove makes a campaign through the internet with post-feminism value. Postfeminism drives people to change their mindset about women's beauty. At the end of the discussion, this paper proves that Dove's advertisements and campaign, contain postfeminism value.