

Representasi kecantikan perempuan Jerman dalam iklan 'Gillette Venus' = The German's beauty representation in 'Gillette Venus' advertisement

Adinda Puteri Wahyuningtias, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20434629&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Berbagai iklan produk kecantikan yang beredar di masyarakat berperan penting dalam membentuk standar kecantikan bagi perempuan. Salah satunya adalah iklan produk alat pencukur bulu Gillette Venus yang turut membentuk standar kecantikan, di Jerman khususnya. Dengan menganalisis iklan alat pencukur bulu, 'Gillette Venus', penelitian ini membuktikan adanya mitos kecantikan dalam sebuah iklan. Penelitian ini mendasari analisis dengan pemikiran Stuart Hall mengenai representasi, Mitos Kecantikan karya Naomi Woolf, dan sebuah studi teori Male Gaze oleh Laura Mulvey. Penelitian ini menggunakan metode analisis tekstual, yaitu dengan menganalisis gambar dan teks dalam iklan 'Gillette Venus'.

ABSTRACT

Various advertising beauty products that evolving in the society plays an important role in order to shape woman's beauty standard. Gillette Venus is one of the beauty advertisement that 'help' shaping the standard of beauty, especially in Germany. By analyzing this 'Gillette Venus' advertisement, this study proves that there is a beauty myth there. The theories that used in this research is Representation by Stuart Hall, then the Beauty Myth by Naomi Woolf, and a study of Male Gaze by Laura Mulvey. The method used in this research is textual analysis, by analyzing the images and text in the 'Gillette Venus' advertisement.