

Citra perempuan dalam poster iklan bir Jepang antara tahun 1920-1940 = Image of women in Japanese beer advertising posters between 1920-1940

Chika Virginia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20517921&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi yang menggunakan metode deskriptif kualitatif ini berkaitan dengan berbagai poster bir terutama dari Dai Nippon, Kirin, dan Asahi. Sebagai bir lokal yang banyak dikonsumsi dan 'booming' di masyarakat pada periode sebelum perang. Penjualan bir dalam kurun waktu tersebut juga membantu negara dalam bentuk pendapatan pajak untuk mobilisasi perang Jepang. Pada sisi lain, diketahui periode tahun 1920an-1940 dikenal sebagai periode depresi ekonomi yang buruk dalam sejarah Jepang, yang diikuti dengan munculnya jumlah pengangguran di kota-kota dan pedesaan. Namun pada sisi lain, menjamurnya industri mizu shobai yang memunculkan cafe dan bar di sakariba kota-kota besar menyerap banyak tenaga kerja perempuan. yang dianggap memiliki bayaran yang lebih tinggi dari pekerjaan lain. Seiring bejalannya waktu, pelayan perempuan ini menjadikan layanan erotis sebagai layanan utama jasa mereka. Berkaitan dengan hal ini, penulis mencoba menganalisis citra perempuan pada 1920-1940, di dalam media poster-poster bir yang digunakan untuk mempromosikan produk mereka. Dengan menggunakan pisau analisis gender advertisements dari Erving Goffman (1979) dan Kang (1997), penelitian ini mencoba menganalisis poster-poster yang mengarah kepada eksploitasi komersial atas citra perempuan. Berdasarkan hasil analisis, perempuan direpresentasikan sebagai sosok yang inferior, lemah, lembut, tunduk, ketergantungan, seorang pelayan dan penghibur bagi laki-laki. Hal ini terlihat dari perempuan yang secara biologis, fisik, dan sosial, dilemahkan oleh iklan bir poster tersebut.

.....This study using qualitative descriptive method relating with various beer posters, especially from Dai Nippon, Kirin, and Asahi. As a local beer that was widely consumed and 'booming' in society in the pre-war period. Sales of beer during this period also assisted the country in the form of tax revenue for Japan's war mobilization. On the other hand, it is known that the period of 1920s-1940 is known as the period of the worst economic depression in Japanese history, which was followed by the rise of unemployment in the cities and countryside. But on the other hand, the proliferation of the mizu shobai industry which gave rise to cafes and bars in Sakariba in big cities absorbs a lot of female workers. considered to have a higher pay than other jobs. As time goes by, these female waitress made erotic services as their main service. In this regard, the author tries to analyze the image of women in 1920-1940, in the media of beer posters used to promote their products. By using the analysis of gender advertisements from Erving Goffman (1979) dan Kang (1997), this study tries to analyze the posters that lead to the commercial exploitation of women's images. Based on the results of the analysis, women are represented as inferior, weak, meek, submissive, dependent, a servant and an entertainer for men. This can be seen from the women who are biologically, physically, and socially weakened by the poster beer advertisement.