

Mengungkap Pengaruh Femvertising terhadap Sikap Konsumen di Pasar Indonesia = Unraveling The Influence of Femvertising on Consumer Attitude in Indonesian Market

Sekar Azzahra Sembada, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920522291&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini mengeksplorasi pengaruh femvertising pada sikap konsumen Indonesia, dengan fokus pada hubungan antara pesan-pesan femvertising dan persepsi terhadap perusahaan. Femvertising menantang peran gender tradisional dengan memberdayakan perempuan melalui kampanye iklan. Dampaknya pada sikap konsumen Indonesia masih kurang diteliti. Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menyelidiki efek femvertising pada sikap konsumen. Temuan menunjukkan pengaruh positif pada sikap terhadap perusahaan, mencerminkan respon positif konsumen Indonesia. Namun, dukungan terhadap hak-hak perempuan dan identifikasi diri sebagai feminis memengaruhi sikap terhadap femvertising secara negatif. Memahami nuansa sikap konsumen Indonesia penting bagi pengiklan untuk menyusun strategi dan membentuk persepsi merek yang positif di antara konsumen Indonesia.

.....This thesis explores femvertising's influence on Indonesian consumer attitudes, focusing on the relationship between femvertising messages and perceptions of the company. Femvertising challenges traditional gender roles by empowering women in ad campaigns. Its impact on Indonesian consumer attitudes remains understudied. The study fills this gap by investigating femvertising's effects on consumer attitudes. Findings reveal positive influence on attitudes toward the company, resonating with Indonesian consumers. However, support for women's rights and feminist self-identification negatively affects femvertising attitudes. Understanding nuances in Indonesian consumer attitudes is vital for advertisers to tailor strategies, fostering positive brand perception among Indonesian consumers.