

Rasisme dalam Iklan Volkswagen “Der neue Golf” dan Iklan Sixt “Der Sixt WM-Tipp” = Racism in Volkswagen’s “Der neue Golf” and Sixt’s “Der Sixt WM-Tipp” Advertisements

Ariana Devi Saraswati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553786&lokasi=lokal>

Abstrak

Gerakan Black Lives Matter yang digalakkan pada tahun 2020 menjadi salah satu bukti bahwa upaya masyarakat untuk menghapus rasisme sangat tinggi. Keberadaan rasisme hingga saat ini masih dirasakan dan kerap dijumpai dalam media, salah satunya media iklan. Dalam media iklan, rasisme biasanya disisipkan dalam interpretasi yang dapat dipahami penontonnya. Iklan Der neue Golf dari Volkswagen serta iklan Der Sixt WM-Tipp dari Sixt merupakan contoh dari iklan asal Jerman yang mengandung rasisme dan akan dibahas lebih lanjut dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana identitas orang kulit hitam digambarkan dalam kedua iklan tersebut melalui elemen-elemen yang mencakup audio, visual, dan sinematografi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif, di mana penulis akan memaparkan unsur rasisme yang muncul pada sumber data dan menggunakan teori sebagai pendukung. Untuk melakukan penelitian ini penulis menggunakan teori Representasi dari Stuart Hall. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa dalam iklan Der neue Golf dari Volkswagen terdapat adanya penggambaran subordinasi terhadap orang kulit hitam. Sementara itu, dalam iklan Der Sixt WM-Tipp dari Sixt terdapat stereotip negatif yang diberikan terhadap orang kulit hitam Ghana. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggambaran identitas orang kulit hitam dalam kedua iklan Jerman tersebut tidak lepas dari kelompok masyarakat yang inferior bila dibandingkan dengan orang kulit putih.

.....The Black Lives Matter movement that took place in 2020 is one of the proofs of how high the society’s attempts to end racism are. To this day, the existence of racism can be seen and often found in the media, such as advertisements. In advertisements, racism is usually inserted in interpretations that can be acknowledged by the viewers. The Der neue Golf commercial from Volkswagen and the Der Sixt WM-Tipp ad from Sixt are examples of German advertisements that contain racism. These advertisements will be discussed further throughout this research. This research aims to find out how the identity of black people is depicted in both Volkswagen and Sixt advertisements through their elements, including audio, visual, and cinematography. The method used in this research is qualitative descriptive, which is utilized by the author to explain the racism shown in the data sources with the help of a theory. To conduct the research, the author used Stuart Hall’s theory of representation. This study finds that in Volkswagen’s Der neue Golf commercial there is a depiction of black people subordination. Meanwhile, Sixt’s Der Sixt WM-Tipp advertisement carries negative stereotypes given to black Ghanaians. In conclusion, black people’s identity in those two German advertisements is depicted as an inferior group in comparison to white people.