

ABSTRACT

Neng Riska Oktaviani. 1135030187. The Body Image of Women and Idealized Beauty in The *You C1000* advertisements. An undergraduate thesis, English Literature, Adab dan Humanities Faculty, State Islamic University Sunan Gunung Djati Bandung, Advisors : 1. Dr.Hj. Ruminda,M.Hum 2. Pepen Priyawan, S.S.M.Hum.

You C1000 is a healthy drink product has marketed in Indonesia since November 2004. Through advertising, *You C1000* wants to convey the message that this product helps women to maintain healthy and beauty, both are very important for women because they have interrelated relations, health in order to support various activities and beauty to be able to support the career. The researcher chooses *You C1000* because brand ambassador in the advertisement is miss universe. Miss universe has become icon of the product since *You C1000* comes as the new product, precisely on 2005 until now. Miss Universe is a symbol of women's beauty that has been recognized by the world. Seeing the condition like that, the researcher is interested in analyzing how the body image and idealized beauty in the advertisement.

This study aims to find out how the body image and the concept of idealized beauty in *You C1000* advertisement. The problem raised in this research is how the image of the female body and Idealized beauty in *You C1000* advertisement.

This research has used descriptive method to analyze the data. The data were obtained by the technique of document. They are the visual image, spoken word, and written text from *You C1000* product advertisement. Researcher has collected data by taking picture in the video of advertisement based on category of data. One of them is the image of beautiful women and after that, it will be analyzed how the visual image, spoken language and written text in the data. The theory used is the theory by Showalter about the concept of feminism as well as body image and idealized beauty of Prabasmoro.

The results of this research show that the body image in the advertisement is described with a thin body, with a high posture and especially has a healthy body. While idealized beauty itself is shown with clean fair skin, fashionable appearance and with the ideal body.

Keywords : Body Image, Idealized Beauty, Feminist, Advertising

ABSTRAK

Neng Riska Oktaviani. 1135030187. *The Body Image of Women and Idealized Beauty in The You C1000 advertisements*. Skripsi, Jurusan Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Pembimbing : 1. Dr. Hj. Ruminda, S.S.,M.Hum 2. Pepen Priyawan, S.S.,M.Hum.

You C1000 adalah produk minuman kesehatan yang di pasarkan di Indonesia sejak November 2004. Melalui iklan, *You C1000* ingin menyampaikan pesan bahwa minuman ini membantu perempuan untuk menjaga kesehatan dan kecantikan, kedua hal tersebut tentunya sangat penting bagi perempuan karena mempunyai relasi yang saling berkaitan, kesehatan agar bisa menunjang berbagai aktivitas dan kecantikan untuk bisa menunjang karir. Alasan peneliti memilih iklan *You C 1000* karena brand ambassador dalam iklan ini adalah miss universe. Miss universe telah menjadi icon produk *You C1000* sejak awal produk muncul di pasar yaitu sejak tahun 2004 hingga sekarang. Miss Universe merupakan simbol tentang kecantikan perempuan yang telah diakui oleh dunia. Melihat kondisi seperti itu, peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana citra tubuh dan idealized beauty dalam iklan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra tubuh dan konsep kecantikan teridealisasi dalam iklan *You C1000*. Permasalahan yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah bagaimana citra tubuh perempuan dan konsep kecantikan teridealisasi (Idealized beauty) dalam iklan produk *You C1000*.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk menganalisis data. Data itu sendiri diperoleh dengan teknik dokumen berupa gambar visual, bahasa yang dituturkan, teks yang tertulis dari iklan produk *You C1000*. Peneliti mengumpulkan data dengan mengambil *capture* dalam iklan berdasarkan kategori data. Salah satu diantaranya adalah gambar perempuan cantik yang mana akan dianalisis bagaimana *visual image*, *spoken word* dan *written text* yang ada dalam data tersebut. Teori yang digunakan adalah teori dari Showalter tentang konsep feminist serta citra tubuh dan idealized beauty dari Prabasmoro.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra tubuh dalam iklan tersebut digambarkan dengan tubuh yang kurus, dengan postur yang tinggi dan terutama memiliki tubuh yang sehat. Sedangkan idealized beauty itu sendiri ditunjukkan dengan kulit yang putih bersih, penampilannya yang fashionable dan dengan tubuh yang ideal.

Kata kunci : citra tubuh, konsep kecantikan teridealisasi, Feminis, iklan .