

ABSTRACT

Nadanazihah, Syifa. 2024. Body Image Awareness Raised Through #BodyHero Campaign Video of Glossier Featuring the WNBA: A Critical Discourse Analysis. Thesis. Supervisor 1: Tri Wahyu Setiawan Prasetyoningsih, S.S., M.Hum., Supervisor 2: Moh. Imam Subuhi, S.S., M.Hum., Examiner: Ika Maratus Solikhah, S.S., M.A. Ministry of Education and Culture, Universitas Jenderal Soedirman, Faculty of Humanities, English Department, English Study Program, Purwokerto.

Keywords: critical discourse analysis, media discourse, campaign video, body image awareness

This research examines a beauty campaign video produced by Glossier entitled “#BodyHero feat. WNBA”. The research aims to unveil the construction and the influence of media campaign particularly in the societal perception of body image. Utilizing Fairclough's 3D framework of CDA and employing a qualitative descriptive method, the study analyzes the text, discursive practices, and sociocultural practices within the campaign video. Body image awareness is discovered to be the underlying issue through the textual analysis. A set of lexical elements is found including pronouns, adjectives, verbs, specific words, and visual shots. The study reveals that the issue is constructed in the discursive and sociocultural practices through strategic collaboration with WNBA athletes and an inspirational tone, effectively engaging the audience and promoting self-acceptance and body positivity. The issue of body image awareness is constructed through various social contexts that demonstrates self-acceptance journey, empowerment, and a challenge to the prevailing conventional beauty standard. In conclusion, the research highlights how the construction of the discourse contains an awareness of positive body perception and empowering message to the audience to embark on a self-love journey.

ABSTRAK

Nadanazihah, Syifa. 2024. *Body Image Awareness Raised Through #BodyHero Campaign Video of Glossier Featuring the WNBA: A Critical Discourse Analysis*. Skripsi. Pembimbing 1: Tri Wahyu Setiawan Prasetyoningsih, S.S., M.Hum., Pembimbing 2: Moh. Imam Subuhi, S.S., M.Hum., Penguji: Ika Maratus Solikhah, S.S., M.A. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Universitas Jenderal Soedirman, Fakultas Ilmu Budaya, Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris, Program Studi Sastra Inggris, Purwokerto.

Keywords: analisis wacana kritis, wacana media, video kampanye, kesadaran citra tubuh

Penelitian ini video kampanye kecantikan oleh Glossier yang berjudul “#BodyHero feat. WNBA”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konstruksi dan pengaruh kampanye di media terutama dalam persepsi masyarakat mengenai citra tubuh. Dengan menggunakan kerangka tiga dimensi Fairclough dalam analisis wacana kritis dan metode deskriptis kualitatif, penelitian ini menganalisis teks, praktik diskursif, dan praktik sosiokultural dalam video kampanye tersebut. Kesadaran citra tubuh ditemukan sebagai isu mendasar melalui analisis tekstual. Serangkaian elemen leksikal ditemukan termasuk kata ganti, kata sifat, kata kerja, kata-kata khusus, dan pengambilan gambar visual. Penelitian ini mengungkap bahwa isu tersebut dikonstruksi dalam praktik diskursif dan sosiokultural melalui kolaborasi strategis dengan atlet WNBA dan tenor yang inspiratif, secara efektif melibatkan audiens dan mempromosikan penerimaan diri dan positivitas tubuh. Isu kesadaran citra tubuh dibangun melalui berbagai konteks sosial yang menunjukkan perjalanan penerimaan diri, pemberdayaan, dan tantangan terhadap standar kecantikan konvensional. Kesimpulannya, penelitian ini menekankan pada konstruksi diskursus yang mengandung pengetahuan mengenai persepsi positif pada tubuh dan pesan bagi audiens untuk memulai perjalanan mencintai diri sendiri.