

## ABSTRACT

Advertising is a paid, strategic communication tool aimed to influence consumer behaviour, and in today's digital era, social media has become a dominant platform in advertising due to its vast reach and user engagement. Advertising has a role in shaping the societal norms and value especially in the current digital age where social media advertising has widely used, and one of the prevalent social topics in advertising is related to the sexualization of women. Hence, this study aims to analyse an advertisement by Dr. Squatch, a men's body wash brand, that is featuring Sydney Sweeney as the main character titled 'Coconut Quake'. This research aims to conduct a qualitative content analysis by identifying the metafunctions of multimodal coined by Kress and van Leeuwen (2020) on the selected advertisement, specifically by analyzing the verbal, framing, and gestural modes of the video advertisement, to understand how the producer portrays Sydney Sweeney as a female main character in their advertisement and also examining it with the sexualization characteristics reported by American Psychological Association's Task Force on the Sexualization of Girls (2007) to determine if it sexualizes women. The findings reveal that Dr. Squatch portrayed Sydney Sweeney in a sexualized tone, primarily through representational and compositional metafunctions where Sydney frequently act and speak in a suggestive tone as well as her portrayal as a body wash genie that showed up in a revealing attire to grant men's wishes.

**Keywords:** advertising, multimodal, qualitative content analysis, sexualization of women

Iklan adalah salah satu alat strategi komunikasi berbayar yang memiliki tujuan untuk memengaruhi perilaku konsumen terhadap suatu produk, dan di era digital ini media sosial telah menjadi platform utama dalam periklanan karena jangkauannya yang luas dan kedekatannya dengan pengguna. Iklan memiliki peran tersendiri dalam membentuk norma dan nilai perilaku masyarakat terutama di era digital ini di mana iklan media sosial telah banyak digunakan, dan salah satu isu sosial yang kerap ditemui dalam iklan berkaitan dengan seksualisasi perempuan. Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis sebuah iklan kampanye dari Dr. Squatch, sebuah merek sabun mandi pria, yang menampilkan Sydney Sweeney sebagai karakter utama, yang berjudul 'Coconut Quake'. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan pendekatan kualitatif menggunakan metafungsi multimodal yang dicetuskan oleh Kress dan van Leeuwen (2020) pada iklan yang dipilih, utamanya pada moda verbal, framing, dan gestur, untuk memahami bagaimana Dr. Squatch menggambarkan Sydney Sweeney sebagai karakter utama perempuan dalam iklan mereka, dan juga akan dilanjutkan dengan analisis konten iklan tersebut dengan karakteristik seksualisasi yang dipaparkan oleh American Psychological Association's Task Force on the Sexualization of Girls (2007) untuk menentukan apakah iklan tersebut mengandung konten seksualisasi perempuan. Hasil studi ini menunjukkan bahwa Dr. Squatch menggambarkan Sydney Sweeney dengan sudut pandang seksualisasi, utamanya melalui metafungsi representasional dan komposisi di mana Sydney seringkali melakukan gestur dan berbicara dengan nuansa sugestif serta penggambaran karakternya sebagai jin sabun mandi yang muncul dengan pakaian terbuka untuk mengabdikan permohonan para pria.

**Keywords:** advertising, multimodal, qualitative content analysis, sexualization of women