A Critical Discourse Analysis of Women and Beauty Representation in Doveâ€™s Campaign â€œKeep Beauty Realâ€• (2024)
Leony Excellenxia Angellica, Drs. Winarto. M.M.Par.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This study examines the representation of women and beauty in Dove's 2024 femvertising campaign, "Keep Beauty Real," particularly in response to the rise of Artificial Intelligence (AI) and social media in shaping beauty standards. While femvertising aims to challenge traditional gender stereotypes by promoting female empowerment, its realisation is often criticized for merely commodifying feminist values. Using Norman Fairclough's three-dimensional Critical Discourse Analysis (CDA) framework together with Corpus Linguistics tools (AntConc), this research investigates the campaign's textual, discursive, and sociocultural dimensions. At the textual level, findings suggest a paradoxical narrative: although Dove portrays women as diverse and intersectional subjects across various identity markers, they are frequently positioned as vulnerable individuals constrained by narrow beauty standards. Furthermore, despite promoting an inclusive definition of beauty, the campaign heavily associates beauty with physical attributes, such as body shape, hair, and skin, that align directly with Dove's product. Discursively and socioculturally, the campaign operates as a strategic marketing tool rooted in post-feminist discourse. By employing psychological strategies to present itself as an empathetic alternative, Dove's approach intersects with the concept of femwashing, where feminist values is utilized to support commercial goals rather than directly addressing underlying structural issues. Ultimately, this study highlights the inherent contradictions within corporate brand activism and explores the limitations of empowerment messaging in modern advertising.

Keywords: femvertising, Dove, crtical discourse analysis, women, beauty

A Critical Discourse Analysis of Women and Beauty Representation in Doveâ€™s Campaign â€œKeep Beauty Realâ€• (2024)
Leony Excellenxia Angellica, Drs. Winarto. M.M.Par.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABTSRAK

Penelitian ini mengkaji representasi perempuan dan kecantikan dalam kampanye femvertising Dove tahun 2024, “Keep Beauty Real,” khususnya sebagai respons terhadap maraknya akal imitasi (AI) dan media sosial dalam membentuk standar kecantikan. Meskipun femvertising bertujuan untuk menantang stereotip gender tradisional dengan mempromosikan pemberdayaan perempuan, penerapannya sering kali dikritik karena hanya mengomodifikasi nilai-nilai feminis. Dengan menggunakan kerangka Analisis Wacana Kritis (CDA) tiga dimensi karya Norman Fairclough bersama dengan alat Linguistik Korpus (AntConc), penelitian ini menyelidiki dimensi tekstual, diskursif, dan sosiokultural dari kampanye tersebut. Pada tingkat tekstual, temuan menunjukkan narasi paradoksal: meskipun Dove menggambarkan perempuan sebagai subjek yang beragam dan interseksional di berbagai penanda identitas, mereka sering kali diposisikan sebagai individu yang rentan dan terbatasi oleh standar kecantikan yang sempit. Selain itu, meskipun mempromosikan definisi kecantikan yang inklusif, kampanye ini sangat mengaitkan kecantikan dengan atribut fisik, seperti bentuk tubuh, rambut, dan kulit, yang sejalan langsung dengan produk Dove. Secara diskursif dan sosiokultural, kampanye ini beroperasi sebagai alat pemasaran strategis yang berakar pada wacana pasca-feminis. Dengan menerapkan strategi psikologis untuk menampilkan dirinya sebagai alternatif yang empatik, pendekatan Dove bersinggungan dengan konsep *femwashing*, di mana nilai-nilai feminis dimanfaatkan untuk mendukung tujuan komersial alih-alih secara langsung mengatasi masalah struktural yang mendasarinya. Pada akhirnya, studi ini menyoroti kontradiksi yang melekat dalam aktivisme merek korporat dan mengeksplorasi batasan-batasan pesan pemberdayaan dalam periklanan modern.

Kata kunci: femvertising, Dove, analisis wacana kritis, perempuan, kecantikan