

THE SELF



Alika Siti Maulida
Sebian Salsabila
Romy Marsh

Perspectives on the Self



- ❧ We buy products to highlight/hide aspects of the self

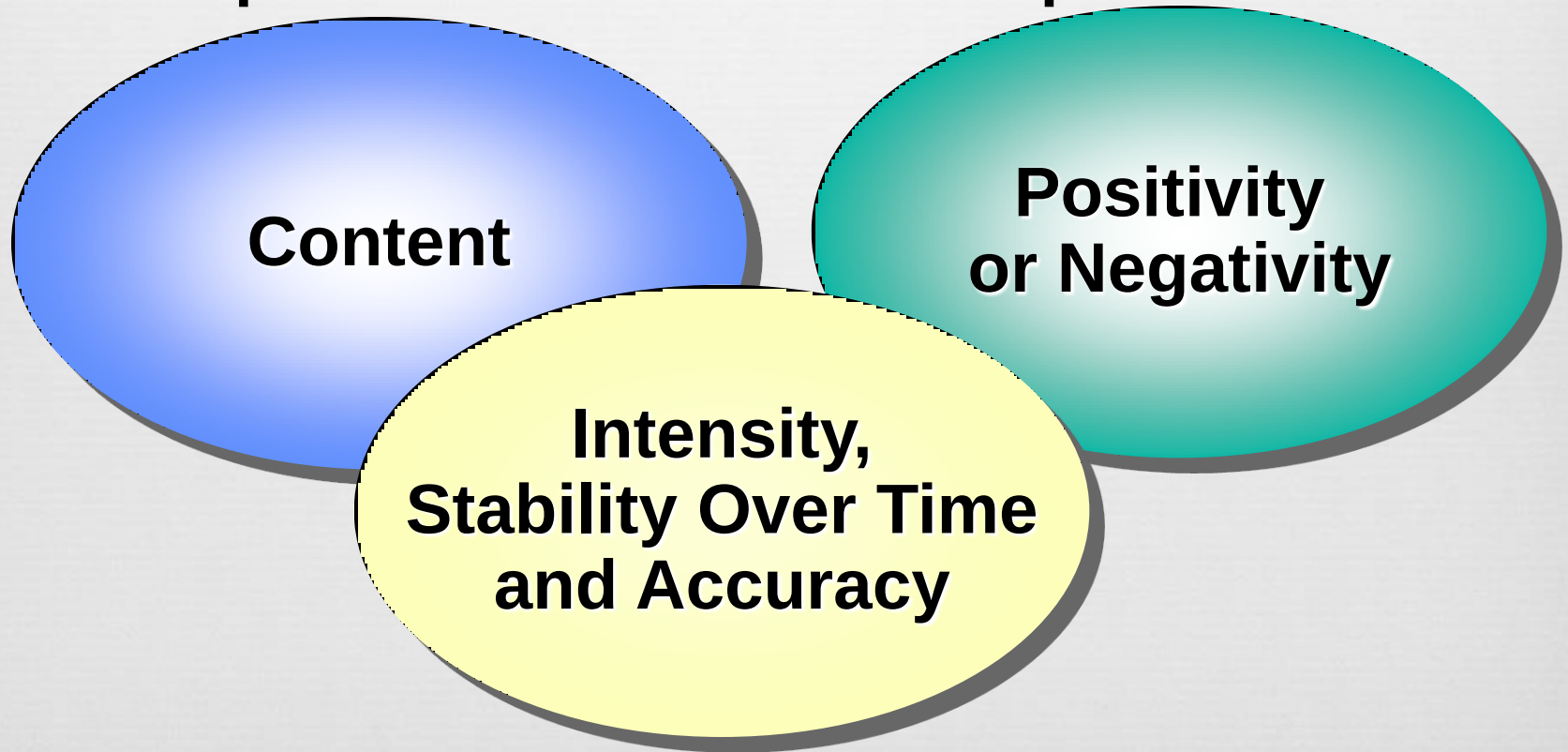
- ❧ Eastern cultures focus on:
 - ❧ The collective self (person's identity comes from group)
 - ❧ The Interdependent self (person's identity defined from relationships with others)

- ❧ Western cultures focus on:
 - ❧ Individuality
 - ❧ Individual appearance

Self-Concept

The **Self-Concept** Refers to the Beliefs a Person Holds About His or Her Attributes, and How He or She Evaluates These Qualities.

Components of the Self-Concept Include:



Self-Concept

Self-Esteem

Refers to the Positivity of a Person's Self-Concept

Real and Ideal Selves

Ideal - How a Person Would Like to Be

Real - Realistic Appraisal of Who We Really Are

Fantasy: Bridging the Gap Between the Selves

*When the Gap Between the Real and Ideal Self is Large,
Those Consumers are Good Targets for Fantasy Appeals*

Real and Ideal Selves



Ideal self: our conception of how we would like to be

Actual self: our more realistic appraisal of the qualities we
have

Fantasy: Bridging the Gap between the selves



Fantasy: self-induced shift in consciousness

Multiple Selves



Symbolic interactionism: relationships with others play a large part in forming the self

The Looking-glass Self: taking the role of the other

Self-consciousness



Self-consciousness: awareness of self

Researchers say that those who score high in: ◦ Public self-consciousness are more interested in clothing and use more cosmetics

Consumption and Self-Concept



Konsumen mengubah beberapa aspek dari diri mereka sendiri untuk mengiklankan produk bermerek. Yang disebut “identity marketing”



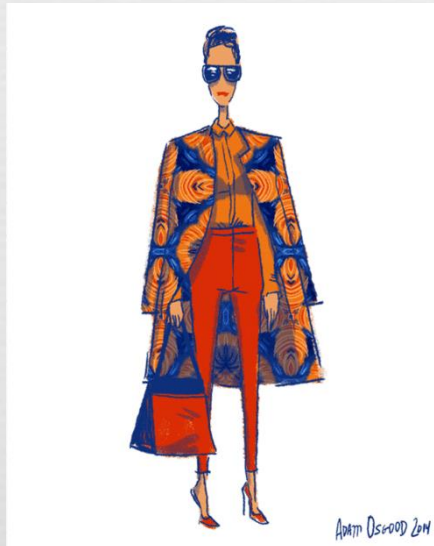
Product That Shape the Self: You Are What You Consume



Social Identity as Individual Consumption Behaviours

Who I am now?

Symbolic Self-Completion Theory



Self/Product Congruence



Konsumen menunjukkan nilai-nilai dalam diri mereka dengan hal-hal yang mereka beli.

Self-image congruence models

Product usage = Self-image



The Extended Self



Extended self ➔ Benda/barang eksternal yang kita anggap bagian dari kita.

Four levels of the extended self:

- Individual: Cars and Clothing
- Family: Residence and Furnishings
- Community: Neighborhood
- Group: Social or other group



Sex Roles



Gender Differences in Socialization



Gender Versus Sexual Identity



- ❧ Sex-typed Products: take on masculine or feminine attributes
- ❧ Androgyny: possession of both masculine and feminine traits

Female Sex Roles



- ❧ Pandangan wanita muda terhadap dirinya cukup berbeda dengan ibu mereka yang memperjuangkan feminisme 20 atau 30 tahun yang lalu.
- ❧ Perubahan pemikiran wanita memaksa *marketers* menguji lagi strategi mereka. Contohnya Burton Snowboard Company.
- ❧ Evolusi *sex roles* wanita lebih jelas di Asia, dimana sampai saat ini wanita masih diharapkan tunduk kepada laki-laki.

Male Sex Roles



70
s



80
s



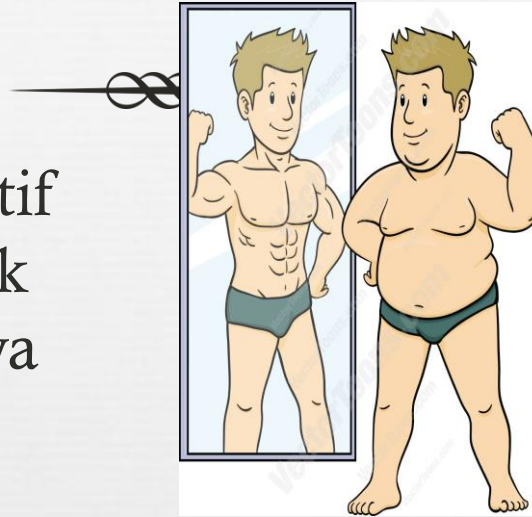
21st
century

Kesempatan yang besar untuk marketers dengan sasaran laki-laki modern sudah terbuka besar, dengan dijualnya bir rendah karbohidrat untuk laki-laki yang sadar kesehatan, perawatan kulit, dan majalah seperti Alpha.

☞ Konsep laki-laki ideal dalam pandangan tradisional yaitu tangguh, agresif, berotot dan menikmati olahraga yang 'jantan'.

Body Image

- Body Image, subjektif dari consumer untuk mengevaluasi dirinya sendiri
- Body cathexis :
Perasaan seseorang terhadap tubuhnya, mengacu pada makna emosional terhadap beberapa bagian tubuh.



Ideals of Beauty

- ∞ Adalah model atau contoh tertentu untuk penampilan. *Ideal of beauty* untuk pria dan wanita dapat mencakup fitur fisik (ex: payudara besar atau kecil) gaya pakaian, kosmetik, gaya rambut, warna kulit (*pale or tan*) dan tipe tubuh (mungil, atletik atau menggairahkan).



Western Ideal

- Orang-orang menggunakan ciri seperti warna kulit dan bentuk mata untuk membuat kesimpulan tentang status, kecanggihan dan keinginan sosialnya.
- Sebagai gambaran 'glamor', selebriti bermunculan di seluruh dunia, yang merupakan Hollywood ideal of beauty yaitu bermata besar, pinggang kecil, payudara besar, rambut pirang dan mata biru diadopsi oleh orang-orang dan kebanyakan menjalani operasi untuk mencapainya.



Dalam banyak budaya Asia, kulit yang cerah disetarakan dengan kekayaan dan status seseorang. Orang yang berkulit gelap disamakan dengan pekerja keras di ladang.

Ideal of Beauty over Time

(video)



Working on the Body



- ❧ **Fattism**; masyarakat Barat memiliki obsesi yang tidak sehat dengan berat badan. Banyak konsumen fokus pada mencapai berat badan ideal yang tidak realistis, menggunakan grafik tinggi dan berat badan yang dibuat oleh industri asuransi.
- ❧ **Body Image Distortions**; wanita cenderung untuk mengambil pesan dari media lebih dari laki-laki, yaitu kualitas tubuh mereka mencerminkan diri mereka, sehingga tidak mengherankan bahwa sebagian besar penyimpangan *body image* terjadi pada wanita.
- ❧ **Cosmetic surgery**; konsumen memilih untuk menjalani operasi untuk mengubah citra tubuh yang buruk atau untuk sekedar meningkatkan penampilannya.

∞ Breast Augmentation; beberapa wanita memilih untuk memiliki prosedur pembesaran payudara karena mereka merasa bahwa payudara yang besar akan meningkatkan daya tarik mereka. — ∞ —

∞ Body decoration and mutilation

∞ Tattoos

∞ Body piercing



#FALLONTONIGHT

THANK YOU!