

HUBUNGAN ANTARA FEMINISME DENGAN PERUSAHAAN MULTINASIONAL: STUDI KASUS KAMPANYE #REALSUPPORT OLEH UNIQLO INDONESIA

ABSTRAK

Globalisasi telah mempertemukan perkembangan gerakan feminisme dengan perusahaan multinasional yang kemudian berimplikasi pada perubahan perusahaan multinasional menjadi lebih inklusif. Penelitian ini mengkaji pengaruh feminisme pada perusahaan multinasional yaitu Uniqlo Indonesia, dengan berfokus pada representasi gender. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana gerakan feminisme mempengaruhi kebijakan dan praktik perusahaan multinasional dalam mempromosikan kesetaraan gender terutama pada produksi iklan dan kampanye secara luas, dikenal dengan istilah Femvertising. Melalui kajian dan pengumpulan data baik melalui literatur maupun wawancara, peneliti dapat menganalisis unsur feminisme pada Uniqlo yang notabene merupakan perusahaan dengan asal negara yang konservatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kebijakan kesetaraan gender tidak hanya mempengaruhi struktur formal perusahaan, tetapi juga secara signifikan memengaruhi budaya dan nilai-nilai yang dituangkan pada visual dalam iklan dan kampanye. Kesimpulannya, feminisme memiliki potensi besar untuk mengubah paradigma organisasi multinasional menuju ke arah yang lebih inklusif dan berkeadilan gender. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya integrasi nilai-nilai kesetaraan gender dalam strategi bisnis perusahaan global untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan pembangunan yang inklusif.

Kata kunci: Feminisme, Perusahaan Multinasional, Globalisasi, Femvertising

THE RELATION BETWEEN FEMINISM AND MULTINATIONAL COMPANY: STUDY CASE ON UNIQLO INDONESIA's #REALSUPPORT CAMPAIGN

ABSTRACT

Globalization has brought together the development of the feminist movement with multinational companies which then has implications for changes in multinational companies to become more inclusive. This study examines the influence of feminism on a multinational company, namely Uniqlo Indonesia, by focusing on gender representation. The main objective of this study is to understand how the feminist movement influences the policies and practices of multinational companies in promoting gender equality, especially in the production of advertisements and campaigns widely, known as Femvertising. Through the study and data collection both through literature and interviews, researchers can analyze the elements of feminism in Uniqlo, which is a company with a conservative country of origin.

The results of the study show that the implementation of gender equality policies not only affects the formal structure of the company, but also significantly influences the culture and values conveyed in the visuals in advertisements and campaigns. In conclusion, feminism has great potential to change the paradigm of multinational organizations towards a more inclusive and gender-equitable direction. The practical implication of this study is the importance of integrating gender equality values in the business strategies of global companies to achieve sustainable growth and inclusive development.

Keywords: Feminism, Multinational Companies, Globalization, Femvertising