

MENTAKRIF PUTIH ITU CANTIK: ANALISIS IKLAN PRODUK PENCERAHAN KULIT DALAM MAJALAH WANITA TERPILIH

Mokhtar Muhammad*
Irfarina Ahmad Nazli

Universiti Teknologi MARA, Malaysia

*Emel Perhubungan: mokhtar413@salam.uitm.edu.my

ABSTRAK

Kajian berkenaan pemaparan iklan produk kecantikan sejak dahulu lagi telah membuktikan bahawa keinginan wanita untuk memiliki kulit cerah dan cantik telah berakar umbi dan dipupuk berdekad lamanya dan terus berkembang menjadi piawai kecantikan yang dibentuk dan diperkuatkan oleh institusi media massa. Berdasarkan kepercayaan popular, kulit cerah dan cantik biasanya dikaitkan dengan status dan kedudukan sosial yang lebih tinggi. Hal ini memupuk prioriti untuk seseorang wanita memiliki kulit cerah untuk mencapai standard cantik. Untuk memahami isu ini dengan lebih baik, analisis kandungan kualitatif ke atas lima sampel iklan majalah produk pencerahan kulit telah dijalankan. Kajian ini ingin melihat apakah kandungan sedemikian boleh menyumbang kepada pemaparan yang membentuk pemikiran dan mendorong perlakuan wanita untuk memiliki kulit putih yang cantik. Iklan produk pencerahan kulit ini diterbitkan dalam majalah wanita berbahasa Inggeris di Malaysia. Beberapa tema telah dikenalpasti oleh para penyelidik. Tumpuan dalam sampel kajian diberi kepada imej dan teks yang digunakan bersama produk ini untuk menarik perhatian pembaca melalui maklumat dan paparan produk tersebut. Dapatan kajian ini merumuskan bahawa iklan dalam media massa telah membentuk persepsi kecantikan 'ideal' dalam kalangan wanita melalui penggunaan simbolik dalam imej dan teks.

Kata Kunci: Pencerahan kulit, Iklan, Wanita, Majalah, Analisis Kandungan