

ABSTRAK

Kajian ini meninjau tentang pemilihan kata sifat antara gender bagi iklan produk kecantikan yang baru dalam majalah fesyen wanita Jepun, *Non-no* dan majalah fesyen lelaki Jepun, *Men's Non-no*. Fokus kajian ini adalah berkenaan dengan kata-kata sifat yang dipilih dan kekerapan penggunaannya di halaman yang mengiklankan produk kecantikan baru dalam majalah fesyen wanita Jepun dan majalah fesyen lelaki Jepun. Tumpuan lain ialah pengkajian terhadap perbezaan dan persamaan dalam pemilihan kata sifat dari aspek gender dalam teks yang memperkenalkan produk kecantikan baru antara majalah *Non-no* dengan majalah *Men's Non-no*.

Kata-kata sifat dikumpulkan daripada 4 naskah majalah fesyen *Non-no* dan 4 naskah majalah fesyen *Men's Non-no* dari Disember 2011 hingga Mac 2012. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dan analisis kandungan diaplikasikan dalam penganalisan data dengan kekerapan dan peratusan sebagai data sokongan.

Dapatan kajian menunjukkan penggunaan kata sifat dalam bahasa iklan majalah fesyen Jepun wanita lebih ketara berbanding dengan bilangan kata sifat yang digunakan dalam iklan majalah fesyen Jepun lelaki. Hasil kajian juga mendapati masih ada beberapa kata sifat yang popular dalam bahasa iklan menepati sesetengah kata sifat yang disarankan dalam senarai kata adjektif Leech (1966). Istilah kata adjektif yang dikumpul dari majalah *Non-no* dan majalah *Men's Non-no* menonjolkan kata-kata sifat yang dipilih dan digunakan masing-masing mempunyai ciri-ciri feminin dan maskulin yang tertentu. Walau bagaimanapun, terdapat sebilangan kata-kata adjektif yang dikenali sebagai kata sifat neutral kerana muncul dalam iklan majalah *Non-no* dan juga majalah *Men's Non-no*. Rasional-rasional yang merujuk kepada kajian-kajian lepas serta konsep penyelidikan dalam bidang gender juga turut dikemukakan untuk menjelaskan dapatan kajian ini.

ABSTRACT

This study was carried out to investigate the selection and usage of the adjectives by gender in the new beauty products advertisements in Japanese women fashion magazines, *Non-no* and Japanese men fashion magazines, *Men's Non-no*. The focus of this study is on the adjectives selected and their frequency of use which depict gender differences and similarities in the advertisements in both magazines.

The data collected comprise of 4 *Non-no* magazines and 4 *Men's Non-no* magazines from December 2011 to March 2012. The data of the study are analysed qualitatively using content analysis. The frequency and percentage of data are used as supporting data.

The results showed that the usage of adjectives in the advertisements in the Japanese women's fashion magazine is more significant compared to the Japanese men's fashion magazine. The study also found that there are some popular adjectives used in the advertisements which meet certain adjectives as suggested by Leech (1966). The adjectives collected from both *Non-no* and *Men's Non-no* magazines showed feminine and masculine features too. However, there are some adjectives categorized as neutral adjectives because they appear in both magazines. The findings were explained by the rationales referred to the previous studies.

PENGHARGAAN

Saya ingin mengambil kesempatan ini untuk mengucapkan setinggi-tinggi penghargaan kepada penyelia saya, Prof. Madya Dr. Jariah Mohd Jan kerana telah memberikan bimbingan dan tunjuk ajar kepada saya dari segi teknikal dan dari segi kandungan kajian. Di samping itu, cadangan dan ulasan beliau telah memberikan galakan kepada saya dalam penyiapan keseluruhan laporan ini. Jasa baik beliau juga amat saya kenangi terutamanya keprihatinan dan kesabaran beliau semasa memimpin saya dalam penghasilan laporan penyelidikan ini.

Selain itu, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Lim Choke Eait, Teoh Huoi She, Khoo Chu Peng, dan Norhana Md. Salleh serta Rosyatimah binti Yasin atas sokongan padu mereka, selain pendapat yang diberikan dalam menyempurnakan laporan kajian saya ini.

Terima kasih yang tidak terhingga juga saya ucapkan kepada ibu bapa saya (Feng Kim Chew dan Lim Sui Mooi) dan ahli keluarga saya yang selalu memberi galakan dan dorongan serta menyokong saya dalam usaha penyempurnaan laporan penyelidikan ini.

Akhir sekali, saya ingin merakamkan terima kasih sekali lagi kepada semua pihak yang sudi meluangkan masa dan memberi bantuan kepada saya dalam penyediaan laporan ini.

Feng Poo Ching
1 Januari 2013

ISI KANDUNGAN

	Muka Surat
PERAKUAN KEASLIAN PENULISAN	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PENGHARGAAN	v
ISI KANDUNGAN	vi
SENARAI JADUAL	ix
BAB 1: PENGENALAN	
1.0 Pengenalan	1
1.1 Latar Belakang Kajian	2
1.2 Pernyataan Masalah	4
1.3 Objektif Kajian	6
1.4 Persoalan Kajian	6
1.5 Limitasi Kajian	7
1.6 Kepentingan Kajian	8
1.7 Definisi Istilah Kajian	9
BAB 2: TINJAUAN / KAJIAN LITERATUR	
2.0 Pengenalan	10
2.1 Bahasa dan Gender	10
2.1.1 Bahasa Wanita	11
2.1.2 Bahasa Lelaki	14
2.2 Bahasa Gender dan Media	15
2.2.1 Femininiti dan Maskuliniti Dalam Media (Majalah)	16
2.3 Majalah Fesyen	17
2.4 Bahasa Iklan	20
BAB 3: METODOLOGI	
3.0 Pengenalan	23
3.1 Instrumen Kajian	23
3.2 Metod Kajian	26
3.2.1 Kebolehpercayaan (<i>Realibility</i>) Kajian	27
3.2.2 Terjemahan Teks Iklan	28
3.3 Analisis Data	28
3.3.1 Rangka Teori	29
3.4 Prosedur Penganalisan Data	29

BAB 4: ANALISIS DATA DAN DAPATAN

4.0	Pengenalan	32
4.1	Kata-kata Sifat dan Kekerapan	32
4.1.1	Kekerapan Kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun Wanita, <i>Non-no</i>	33
4.1.2	Kekerapan Kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun Lelaki, <i>Men's Non-no</i>	41
4.2	Persamaan dan Perbezaan Kata-kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun <i>Non-no</i> dan <i>Men's Non-no</i>	49
4.2.1	Persamaan Kata-kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun <i>Non-no</i> dan <i>Men's Non-no</i>	50
4.2.2	Perbezaan Kata-kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun <i>Non-no</i> dan <i>Men's Non-no</i>	67
4.2.2.1	Perbezaan Kata-kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun <i>Non-no</i>	68
4.2.2.2	Perbezaan Kata-kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun <i>Men's Non-no</i>	78

Bab 5: KESIMPULAN

5.0	Pengenalan	89
5.1	Kata-kata Sifat dan Kekerapan	89
5.2	Persamaan dan Perbezaan Kata-kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun <i>Non-no</i> dan <i>Men's Non-no</i>	91
5.2.1	Kata-kata Sifat Neutral	91
5.2.2	Kata-kata Sifat Feminin	93
5.2.3	Kata-kata Sifat Maskulin	94
5.3	Rumusan	96

RUJUKAN 98

APENDIKS

APENDIKS A: Iklan-iklan dalam Majalah Fesyen Wanita Jepun, *Non-no* 103

APENDIKS B: Iklan-iklan dalam Majalah Fesyen Lelaki Jepun, *Men's Non-no* 141

APENDIKS C: Jadual-jadual Senarai Kata Sifat dari Majalah Fesyen Wanita Jepun, *Non-no* dan Majalah Fesyen Lelaki Jepun, *Men's Non-no* 171

Jadual W1: Senarai Lengkap Kata-kata Sifat dalam Teks Iklan Produk Kecantikan Baru Majalah Fesyen Jepun Wanita, <i>Non-no</i>	171
---	-----

Jadual L1: Senarai Lengkap Kata-kata Sifat dalam Teks Iklan Produk Kecantikan Baru Majalah Fesyen Jepun Lelaki, <i>Men's Non-no</i>	177
Jadual W2: Senarai Kata-kata Sifat Feminin dalam Teks Iklan Produk Kecantikan Baru Majalah Fesyen Jepun Wanita, <i>Non-no</i>	181
Jadual L2: Senarai Kata-kata Sifat Maskulin dalam Teks Iklan Produk Kecantikan Baru Majalah Fesyen Jepun Lelaki, <i>Men's Non-no</i>	186

SENARAI JADUAL

Muka Surat

Jadual 1.1:	Contoh-contoh Huruf Kanji dan <i>On'yomi</i> dan <i>Kun'yomi</i> yang Relevan	8
Jadual 2.1:	Senarai 20 Kata Adjektif yang Paling Kerap oleh Leech (1966)	22
Jadual 3.1:	Jumlah Iklan dari Majalah <i>Non-no</i> dan Majalah <i>Men's Non-no</i>	25
Jadual 4.1:	Kata Sifat yang Mempunyai Kekerapan,(f) Lebih Daripada Satu dan Makna-maknanya bagi Majalah Fesyen Jepun Wanita, <i>Non-no</i>	33
Jadual 4.2:	Persamaan Penggunaan Kata-kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun Wanita, <i>Non-no</i> dan Senarai Kata Adjektif Leech (1966)	36
Jadual 4.3:	Kata Sifat yang Mempunyai Kekerapan,(f) Lebih Daripada Satu dan Makna-maknanya bagi Majalah Fesyen Jepun Lelaki, <i>Men's Non-no</i>	42
Jadual 4.4:	Persamaan Penggunaan Kata-kata Sifat dalam Majalah Fesyen Jepun Lelaki, <i>Men's Non-no</i> dan Senarai Kata Adjektif Leech (1966)	43
Jadual 4.5:	Kata-kata sifat yang Sama atau Neutral dalam Majalah Fesyen Jepun Wanita, <i>Non-no</i> dan Majalah Fesyen Jepun Lelaki, <i>Men's Non-no</i>	50
Jadual 4.6:	Contoh Kata-kata Sifat “Neutral” yang Berkecenderungan Feminin dalam Majalah Fesyen Wanita Jepun, <i>Non-no</i> dan Majalah Fesyen Lelaki Jepun, <i>Men's Non-no</i>	58
Jadual 4.7:	Contoh Kata-kata Sifat “Neutral” yang Berkecenderungan Maskulin dalam Majalah Fesyen Wanita Jepun, <i>Non-no</i> dan Majalah Fesyen Lelaki Jepun, <i>Men's Non-no</i>	64
Jadual 4.8:	Kata Sifat Feminin yang Mempunyai Kekerapan(f) Lebih Daripada Satu dan Makna-maknanya bagi Majalah Fesyen Jepun Wanita, <i>Non-no</i>	68
Jadual 4.9:	Kata Sifat Maskulin yang Mempunyai Kekerapan(f) Lebih Daripada Satu dan Makna-maknanya bagi Majalah Fesyen Jepun Lelaki, <i>Men's Non-no</i>	78