

IKLAN LUCAH SEMAKIN BERLELUASA

SESEBUAH iklan berupaya mempengaruhi ingatan serta kepercayaan pengguna terhadap produk yang dipromosikan. Sebab itu, pengiklan akan menggunakan mesej yang mampu menarik perhatian dan berupaya mempengaruhi sikap serta emosi pengguna dalam mengenali produk dengan lebih terperinci. Namun, menjadi kebimbangan apabila kaedah yang digunakan bertentangan dengan etika pengiklanan dan melanggar norma dalam kehidupan masyarakat. Sejauh mana kita prihatin terhadap isu ini? Wartawan S2, **ROZIANAH RISMAN** dan **MOHAMMAD AL FAIZAL ABDUL** membawa kupasan lanjut.



UTUSAN MALAYSIA

SABTU • 02.12.17

SEX TOY MURAH
HUBUNGI
017

VOLCANO
MESSAGE
012

Hilang maruah demi lariskan produk

WAH... 'abang' ku keras macam besi', 'Subuh baru cabut', 'Anjal dan mantap'. Itu adalah antara ayat tertulis pada iklan beberapa produk suplemen dan kesihatan yang jelas sekali kedengaran amat jelik.

Cukup membimbangkan apabila iklan seperti itu boleh dilihat di mana-mana, apatah lagi media sosial dan Internet yang menjadi platform pemasaran paling popular.

Ayat berbentuk seksual sering digunakan dengan tujuan untuk melariskan produk. Adakalanya, ayat digunakan tidak berlapik, jelas membawa mesej 'kotor' yang tidak sesuai untuk tontonan umum.

Pengiklanan tidak bermoral bukan isu baharu, malah sudah sekian lama berlaku. Beberapa tahun lalu, seorang wanita menerima kecaman hebat kerana mempromosikan produk kesihatan alat sulit lelaki secara terbuka menerusi sebuah rancangan di stesen televisyen tempatan.

Turut mencetuskan



IKLAN lucah tersebar luas dan mudah ditonton di laman web serta aplikasi. - GAMBAR HIASAN

kontroversi, papan iklan bersaiz mega yang memaparkan produk gambar dengan *tagline* kurang sopan kelihatan di sebuah lokasi sepanjang Lebuh Raya Utara-Selatan pada 2016. Iklan tersebut mengundang kemarahan pelbagai pihak.

Dalam pada itu, wujud segelintir pengusaha produk kesihatan dan suplemen yang tidak segan dan secara berterusan memuat naik iklan berunsur lucah di laman sosial untuk menarik lebih ramai pelanggan. Kesan iklan yang membawa

mesej negatif adalah besar kerana khalayak yang menyaksikannya terdiri daripada pelbagai peringkat umur. Bayangkan pengaruhnya terhadap anak-anak kecil yang tidak tahu menapis perkara yang ditiru, sama ada mendatangkan kesan positif atau negatif.

Adakah kita mahu membiarkan generasi kita meniru perbuatan menulis atau menyebut perkataan lucah serta menunjuk isyarat lucah sebagaimana yang dipaparkan dalam iklan tersebut?

Mungkin ada yang menganggap isu ini sebagai sesuatu yang remeh, namun perlu diingat isu-isu sosial remaja di negara ini juga banyak disebabkan oleh pengaruh industri media.

Setuju atau tidak, nilai-nilai agama dan budaya positif banyak terkakis disebabkan faktor pendedahan terlalu banyak terhadap gejala negatif dari pelbagai sumber media.

Mungkin, sudah tiba masanya undang-undang sedia ada diperbaharui untuk memberi kesedaran kepada masyarakat tentang bahana yang dibawa pengiklanan yang tidak bermoral ini.



KANAK-KANAK yang sering menggunakan gajet mudah terdedah dengan iklan tidak bermoral sekiranya tidak dipantau oleh ibu bapa. - GAMBAR HIASAN

Wang diutamakan, moral diketepikan

SEPERTI tiada rasa malu. Itu antara gambaran sesuai diberikan kepada segelintir individu atau pengusaha yang begitu berani menggunakan kaedah promosi atau pengiklanan berunsur lucah dan tidak menonoh semata-mata hendak melariskan produk.

Justeru, kebimbangan ini turut diluahkan oleh Ketua Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia, **Prof. Hamisah Zaharah Hasan** yang melihat amalan pengiklanan yang tidak beretika masih berleluasa.

"Mengeksploitasi wanita dan kanak-kanak paling ketara. Ini belum lagi mengambil kira strategi pengiklanan yang menggunakan pendekatan tidak sesuai yang bertentangan dengan nilai agama dan budaya.

"Perkara ini perlu diberi perhatian kerana kita bimbang kesannya akan mempengaruhi generasi muda yang merupakan separuh daripada populasi penduduk negara ini, terutama anak-anak yang tidak tahu menapis apa yang sesuai untuk dilihat dan sebaliknya,"ujarnya. Jelasnya, masyarakat hari

ini dilihat terlalu materialistik sehinggakan apa sahaja yang ingin dilakukan, wang akan menjadi keutamaan tanpa memikirkan soal etika dan moral yang perlu dititikberatkan.

"Sebagai contoh mudah, apa yang berlaku di dalam kelas saya.



HAMISAH ZAHARAH HASAN

Ingat lagi dengan iklan Pepsi yang pernah menggandingkan penyanyi terkenal antarabangsa Britney Spears, Beyonce dan Pink. Dalam iklan itu, ketiga-tiga penyanyi itu mengenakan pakaian gladiator yang begitu seksi (kelihatan separuh bogel). "Sempat juga disiarkan seketika di kaca televisyen pada 2004 sebelum ditarik balik oleh stesyen televisyen tempatan selepas ketidaksesuaian iklan itu dibangkitkan oleh seorang ahli parlimen.

"Saya menggunakan iklan komersial itu bagi menilai pelajar saya dari sudut pemilihan iklan sekiranya bertugas di sebuah stesen televisyen. Saya bertanya, adakah mereka akan menyiarkan iklan komersial tersebut sekiranya ditawarkan bayaran RM5 juta. Hasil daripada perbincangan itu memperlihatkan 80 peratus daripada mereka mengatakan ya. Alasan mereka kerana itu adalah sumber pendapatan yang menguntungkan stesen televisyen. Jadi, mengapa tidak? "Daripada situasi tersebut, jelas memperlihatkan bagaimana generasi muda pada hari ini lebih mengutamakan nilai wang dan komersial semata-mata dan

menganggap iklan sebegini sebagai satu perkara biasa.

"Justeru, ini sewajarnya menjadi kebimbangan kita kerana mereka suatu hari nanti bakal menjadi pemimpin dan ibu bapa yang akan memimpin serta mendidik generasi seterusnya," katanya.

Dalam pada itu, beliau menasihatkan pengguna supaya bertindak aktif membuat aduan kepada pihak berwajib sekiranya terdapat iklan melampau dan tidak sesuai terutama di media sosial.

"Kalau di stesen radio dan televisyen, mudah untuk dikawal kerana ada garis panduan yang telah ditetapkan sebelum diberi kelulusan untuk disiarkan.

"Namun, apabila melibatkan laman sosial, kerjasama semua pihak amat diperlukan dalam melaporkan apa jua bentuk iklan yang mengandungi unsur-unsur negatif yang tidak sepatutnya dimuat naik.

"Pelanggaran etika pengiklanan akan terus berleluasa kalau kita sendiri mengambil sikap berdiam diri dan memandang remeh isu ini," ujarnya.

Iklan lucah undang masalah sosial kanak-kanak, remaja

IKLAN lucah dan tidak bermoral boleh mengundang masalah sosial dalam kalangan kanak-kanak dan remaja.

Ketua Pegawai Operasi Gabungan Persatuan-Persatuan Pengguna Malaysia (FOMCA), **Siti Rahayu Zakaria** berkata, hal demikian kerana golongan tersebut paling mudah terdedah dan meniru sebarang aksi atau mesej dipaparkan menerusi iklan tersebut.

"Tidak dinafikan, pihak kami banyak menerima aduan tentang isu ini. Ramai ibu bapa bimbang terhadap pengaruh yang dibawa iklan seperti ini.

"Diharapkan pihak berkuasa dapat mengambil tindakan ke atas mereka yang bertanggungjawab di sebalik pengiklanan tidak bermoral

ini," katanya.

Siti Rahayu memberitahu, pihaknya memandag serius isu tersebut. Justeru, FOMCA mengalu-alukan orang ramai untuk beri kerjasama,

membuat aduan terhadap sebarang pengiklanan negatif sama ada di kawasan awam mahupun media sosial.

"Aduan mereka amat penting untuk menangani masalah ini. Jika (laporan) diterima, pihak kami akan serah kepada Suruhanjaya

Komunikasi dan Multimedia Malaysia untuk perhatian dan tindakan mereka.

"Semua laporan akan dikumpul dan dibentag semasa mesyuarat tahunan FOMCA. Jika masalah dilihat semakin serius, perbincangan lanjut akan dibuat bersama pihak berkuasa untuk mencari jalan penyelesaian," ujarnya.



SITI RAHAYU ZAKARIA