



MENJUAL IMPIAN

Pengiklanan Awal di Singapura

Mulai sekarang hingga 24 Februari 2019

PANDUAN TENTANG PAMERAN



NLB

National Library
Singapore



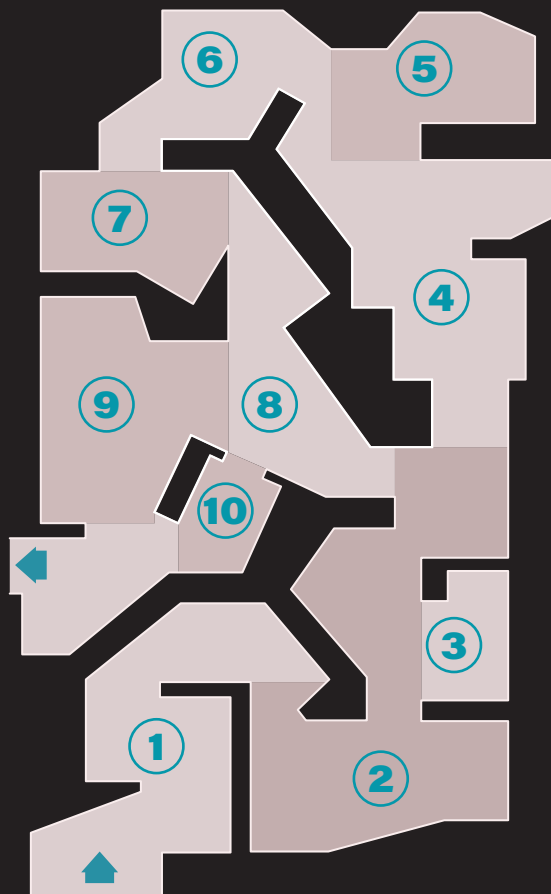
MENJUAL IMPIAN

Pengiklanan Awal di Singapura

Selain daripada menguar-uarkan barangan dan perkhidmatan, iklan-iklan sering menambat hati ramai dengan bersandarkan kepada harapan dan kerisauan, keperluan dan kehendak, serta ideal dan aspirasi kita. Dalam erti kata lain, iklan-iklan meyakinkan kita bahawa impian boleh menjadi kenyataan.

Pameran ini mengimbas keinginan dan cita-cita orang ramai melalui iklan-iklan awal Singapura. Iklan-iklan yang dipamerkan dipetik daripada akhbar, majalah, penerbitan berkala dan lain-lain lagi terbitan yang dihasilkan dari tahun 1830an hingga ke 1960an yang disimpan sebagai sebahagian koleksi Perpustakaan Negara yang serba kaya. Pameran ini berunsurkan konsep pasar raya, di mana ada 10 bahagian bagi para pengunjung menemui iklan untuk pelbagai barangan dan perkhidmatan.

Selamat 'membeli-belah'!



SUSUN ATUR PAMERAN

- 1 PENGENALAN
- 2 MAKANAN
- 3 UBAT
- 4 KEPERLUAN RUMAH
- 5 AUTOMOBIL
- 6 PELANCONGAN
- 7 HOSPITALITI
- 8 HIBURAN
- 9 FESYEN
- 10 RUNCIT

1 PENGENALAN: WARISAN PENGIKLANAN YANG KAYA

Di Singapura, akhbar dan terbitan bercetak merupakan media pengiklanan yang paling lazim digunakan bermula awal abad ke-19 hingga ke tahun 1960an. Media bercetak yang diterbitkan dalam pelbagai bahasa pada tempoh ini kaya dengan bahan-bahan pengiklanan.

Singapura mempunyai sejarah pengiklanan yang amat menarik. Ejen-ejen pengiklanan mula muncul sekitar tahun 1910. Ledakan ekonomi pada tahun 1920an memupuk industri pengiklanan yang berkembang pesat. Sebelum Perang Dunia II, sekurang-kurangnya 20 firma pengiklanan di Singapura dan Tanah Melayu telah pun wujud. Sebahagiannya adalah agensi yang menawarkan perkhidmatan pengiklanan lengkap seperti Warin Publicity Services yang diasaskan oleh William Joseph Warin pada tahun 1932.



Singapore Chronicle and Commercial Register 21 Mac 1833

Singapura: Singapore Chronicle Press

Singapore Chronicle telah diterbitkan buat kali pertama pada tahun 1824 dengan matlamat untuk menyebarkan maklumat komersil dan berita. Ia mengandungi notis kerajaan, iklan-iklan, laporan acara tempatan, berita antarabangsa, dan juga penyenaian import dan eksport. Sebagai akhbar yang pertama dan satu-satunya di Singapura hingga tahun 1835, ia menguasai sektor pengiklanan di Singapura.

Kebanyakan iklan dalam keluaran ini merupakan notis penghantaran, melainkan satu iklan tentang 'hiburan teater'. Program terperinci mengenai pementasan drama, nyanyian dan bacaan puisi ini memberi gambaran mengenai pilihan hiburan malam orang Eropah di Singapura pada tahun 1830an.

Album kad rokok Page Boy

Penerbit tidak diketahui, s. 1930an
Koleksi Henry Er

Sesetengah penerbitan sementara adalah bahan pengiklanan unik, misalnya album kad rokok ini yang telah digunakan untuk mengeraskan kotak-kotak rokok. Ia biasanya dicetak dengan imej berwarna yang menjadi bahan digemari para pengumpul dan berjaya mengekalkan nama jenama tersebut.

Album ini mengandungi 97 kad yang menampilkan bintang-bintang filem Hollywood dari tahun 1930an. Pada halaman kiri ialah dua setem Dana Patriotik Malaya yang telah dijual di Singapura dan Malaya dari tahun 1940 hingga ke 1941 bagi mengumpul dana untuk membiayai usaha perang Britain.



Warin Publicity Services

The Straits Times Annual, 1939
Singapura: Straits Times Press

Warin Studios ialah sebuah agensi iklan terkemuka di Singapura pada tahun 1930an. William Joseph Warin (1894-1950) menubuhkan Warin Studios pada tahun 1932. Pengasas yang berbangsa British itu berhijrah ke Malaya pada tahun 1915 sebagai penanam pokok getah. Warin Studios semakin berkembang dan diberi nama baru iaitu Warin Publicity Services (WPS) pada tahun 1937. Antara pelanggannya adalah syarikat besar dan syarikat perniagaan import di Malaya.

Iklan-iklan oleh WPS kerap diterbitkan di dalam akhbar dan majalah. Ia biasanya menampilkan ilustrasi yang berwarna dan menarik. Singkatan nama syarikat, 'Warins' atau 'WPS' sering muncul di dalam iklannya, menjadikan mudah untuk mengenal pasti penciptanya.



2 IKLAN MAKANAN: MEMODENKAN MAKANAN DI MALAYA

Sepanjang abad ke-19, daging dan keluaran pemakanan di Singapura telah diperoleh dari dalam negara dan sekitar rantau ini. Walau bagaimanapun, pada awal abad ke-20, teknologi makanan seperti air bergas, pengawet, penyejukan dan khususnya makanan dalam tin telah mula mendapat penerimaan masyarakat. Menjelang permulaan abad baru, penduduk di Singapura dapat memperoleh daging, buah, tenusu dan sayur dari luar negara yang sebelum itu tidak boleh didapati di Singapura. Kemunculan makanan baru di pasaran bermakna ramuan baru yang diimport kini boleh dicampurkan ke dalam hidangan tempatan.

Pengiklanan barangan makanan menjadi perkara biasa, lebih-lebih lagi dalam penerbitan seperti *Her World*. Ia memenuhi keperluan wanita yang secara tradisinya bertanggungjawab menyediakan masakan di rumah. Kebanyakan iklan ini bertujuan untuk membina kesetiaan jenama dengan menekankan kemesraan keluarga, ekonomi dan kesihatan untuk menjadikan produk mereka sebagai pilihan utama dan mendapat sambutan pengguna setia secara berterusan.



Planta

Her World, Disember 1969
Singapura: Straits Times Press

Planta, jenama majerin Belanda yang kini dikenali ramai, bermula pada tahun 1870an. Ia merupakan marjerin pertama yang diimport ke Malaya dan digunakan dalam pelbagai jenis masakan termasuk sebagai lepa mentega. Malaysia dan Singapura kekal sebagai pasaran terbesarnya hingga ke hari ini.

Iklan Planta ini menunjukkan hidangan enak untuk seisi keluarga. Ia menjanjikan para pengguna mereka juga boleh menyediakan masakan yang enak untuk keluarga mereka dengan menggunakan Planta.

Cold Storage

Straits Times Annual, 1970
Singapura: Straits Times Press

Pasar raya muncul di Singapura di atas permintaan orang Barat yang mahukan makanan segar dan sejuk beku dari luar negara kerana mereka tidak biasa dengan makanan yang diperoleh dari dalam negara. Mereka juga mengidamkan daging segar seperti daging kambing dan lembu yang jarang didapati di Singapura sepanjang abad ke-19. Kemunculan sistem penyejukan makanan dan pasar raya memenuhi permintaan ini.

Pada awalnya, pasar raya pertama di Singapura, Cold Storage menumpukan perhatian untuk memenuhi permintaan warga Eropah yang tinggal di Singapura. Namun, ia tidak mengambil masa yang lama untuk menarik warga tempatan menjadi pelanggan. Selewat tahun 1970an, kebanyakan pelanggan yang membeli-belah di pasar raya merupakan orang-orang kelas pertengahan dan atasan seperti yang digambarkan dalam iklan ini yang menjanjikan harga yang berbaloi kepada mereka yang membeli-belah di Cold Storage.





Lactogen

Her World, April 1966
 Singapura: Straits Times Press

Kesedaran tentang kesihatan berlaku seiring dengan keprihatinan terhadap penjagaan dan kesihatan bayi. Sepanjang awal abad ke-20, banyak iklan susu dalam tin dan susu tepung dihasilkan, menunjukkan isu pemakanan bayi amat dititik beratkan. Kebanyakan daripada iklan-iklan ini memaparkan kasih sayang ibu bapa, serta kebimbangan dan rasa tidak terjamin yang mereka alami untuk menyediakan makanan yang berzat untuk anak-anak mereka.

Jenama-jenama seperti Lactogen berusaha untuk membina kepercayaan orang ramai terhadap produknya dengan mempamerkan keprihatinan dalam soal kesihatan keluarga.

3 IKLAN PERUBATAN: MAKANAN BERKHASIAT, BADAN SIHAT

Oleh kerana perkhidmatan perubatan terhad, ubat tradisional, rawatan di rumah dan perubatan sendiri adalah perkara biasa di sepanjang abad ke-19 dan ke-20 di Singapura. Sehingga tahun 1950an, peraturan hampir tiada sebarang undang-undang untuk mengawal pengiklanan perubatan. Akibatnya pengiklan barangan perubatan sering membuat dakwaan hebat dan kadang kala agak melampau tentang keberkesanan produk mereka. Produk-produk ini selalunya dipasarkan sebagai ubat yang mampu menyembuhkan pelbagai penyakit dengan cepat di mana amaran kesihatan umum turut ditampilkan. Kesemua ini mempengaruhi pertimbangan orang ramai yang inginkan kesihatan yang baik dan bimbang akan mendapat penyakit.

Di samping menyembuhkan penyakit, industri perubatan menggalakkan gaya hidup sihat sebagai cara untuk kekal sihat. Iklan untuk makanan tambahan kesihatan, tonik dan tablet sentiasa disiarkan dengan janji bahawa produk-produk ini membolehkan badan berfungsi dengan sihat. Faedah lain yang dijanjikan ialah berasa muda, cergas dan penuh tenaga dengan dakwaan bahawa sesiapa yang tidak memanfaatkan makanan tambahan kesihatan akan terlepas menjalani kehidupan yang lebih baik.



Vikelp

Straits Times Annual, 1937
 Singapura: Straits Times Press

Iklan Vikelp ini menganjurkan bahawa kawalan kelenjar adalah kunci kepada kesihatan yang baik dan berat badan sihat. Melalui campuran vitamin dan mineral, iklan ini berjanji untuk menyelesaikan masalah mereka yang 'terlalu kurus', 'lemah dan berpenyakit', 'terlalu gemuk', atau 'gemuruh dan cepat marah'.



Eng Aun Tong

Malaya Merdeka Album, 1957
Singapore: Sin Chew Jit Poh Press

Jenama Tiger dari syarikat Eng Aun Tong, kini jenama yang dikenali ramai di rantau ini, banyak diiklankan merentasi pelbagai jenis penerbitan. Iklan ini telah dicetak di muka belakang *Malaya Merdeka Album*, penerbitan cenderahati bagi memperingati kemerdekaan Persekutuan Malaya daripada penjajahan Empayar British. Ia berbunyi 'Merdeka! Membawa kemerdekaan dan kebebasan untuk Malaya!', dan 'Lima ubat utama jenama Tiger Eng Aun Tong menghapuskan pelbagai penyakit dan membawa kesihatan dan kebahagiaan kepada orang ramai!', menggambarkan Eng Aun Tong sebagai satu jenama Malaya dan penggunaan produk jenama Tiger adalah kunci kepada sebuah negara yang ceria dan sihat.

Poster Medical Office

s. 1930an

Medical Office telah ditubuhkan di North Bridge Road pada tahun 1866 oleh warga Jerman yang kemudiannya dibeli oleh ahli farmasi Cina tempatan pertama Singapura bernama Foo Khee How bersama rakan kongsi beliau pada tahun 1916. Foo menjalankan perniagaan tersebut sebagai kedai ubat dan farmasi Barat dengan perkhidmatan seperti rundingan perubatan. Beliau juga menghasilkan makanan tambahan kesihatan, yang masih dijual di Singapura dan rantau ini sehingga hari ini.

Poster ini menggunakan gaya 'kalendar bergambar' Shanghai yang sangat popular di China dan masyarakat Cina di luar negara dari tahun 1920an hingga 1940an.



4 IKLAN ISI RUMAH: MEMODENKAN RUMAH MALAYA

Pada lewat abad ke-19 dan awal abad ke-20, utiliti dan kemudahan moden seperti bekalan gas, tenaga elektrik dan air berpaip merubah cara kehidupan dalam rumah di seluruh dunia. Singapura juga tidak terkecuali. Di samping kemudahan moden tersebut, pelbagai perkakasan muncul di pasaran, lantas mengubah cara orang memasak, mencuci dan menghiburkan diri mereka di rumah.

Pembekalan elektrik ke rumah telah mewujudkan pasaran pengguna bagi barangan dan hiburan isi rumah. Ini mengakibatkan kemasukan banyak perkakasan baru dari Amerika Syarikat, Eropah dan kemudiannya, Jepun. Produk-produk ini banyak diiklankan dari awal abad ke-20.

Perkakasan rumah kerap dipasarkan sebagai keperluan sesebuah 'kediaman moden'. 'Isi rumah yang ideal' merupakan konsep yang telah lama wujud. Namun, dalam pengiklanan awal abad ke-20, ia merujuk kepada kediaman yang dilengkapi dengan kemudahan dan hiburan moden.



Osram

The General Electric Co. Ltd.
The Straits Times Annual, 1941
Singapura: Straits Times Press

Iklan Osram untuk lampu pendarfluor ini mungkin kelihatan seperti satu khayalan futuristik apabila ia disiarkan pada tahun 1940an. Ilustrasinya menggambarkan kediaman dan pejabat moden yang sempurna, mengandaikan bahawa mentol pendarfluor merupakan masa depan lampu. Sangkaan Osram itu agak tepat. Lampu pendarfluor kekal menjadi kelengkapan utama di kediaman dan pejabat di seluruh dunia.

Peti Sejuk Kelvinator

The Straits Times Annual, 1940
Singapura: Straits Times Press

Kelvinator menggambarkan peti sejuknya sebagai 'Impian Wanita'. Ilustrasi yang menarik perhatian ini telah dihasilkan oleh Warin Studios Singapura, sebuah agensi yang terkenal dengan hasil seni pengiklanan dramatikanya.



Peti Sejuk Kelvinator

The East Asiatic Co. Ltd.
The Straits Times Annual, 1956
Singapore: Straits Times Press

Kebanyakan iklan perkakasan rumah menampilkan wanita yang jelita dan bergaya, biarpun mereka sedang melakukan kerja rumah. Iklan ini menggambarkan dapur rumah yang sempurna: besar dan bersih, dengan peti sejuk dipenuhi makanan segar dan lazat.



Pemutar Piring Hitam Grundig

Nanyang Monthly, Jil. 37, Julai 1960
Singapore: Nanyang Printers

Dengan adanya keupayaan baru untuk mendapatkan berita dalam dan luar negara serta menikmati hiburan dengan seketika sahaja, telah menyaksikan peningkatan jumlah produk hiburan rumah dan secara langsung iklan yang mempromosi barangan tersebut. Radio dan pemutar piring hitam dianggap mahal dan mewah pada masa itu dan banyak iklan menyokong tanggapan bahawa pemilikan radio adalah lambang kekayaan.

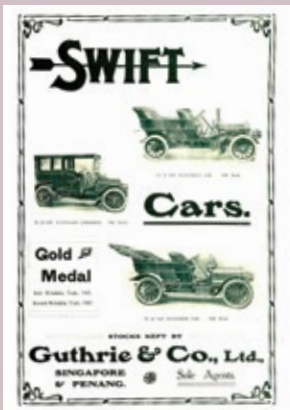
Dalam iklan ini, pemutar piring hitam dan perakam Grundig dipaparkan dalam kediaman moden yang sangat bergaya, lengkap dengan penghawa dingin, bidai dan perabot moden pertengahan abad ke-20 yang anggun. Model-model iklan mengenakan pakaian tradisional dan Barat yang bermutu tinggi. Segala-galanya dalam foto ini memaparkan kemewahan dan memiliki pemutar piring hitam Grundig termasuk dalam suasana yang ideal itu.

5 IKLAN AUTOMOBIL: DENGAN KERETA, ANDA BOLEH PERGI KE MANA-MANA

Benz, kereta pertama yang dibawa masuk ke Singapura menggunakan satu silinder berkapasiti 5 kuasa kuda. Katz Brothers, syarikat pengimport barangan umum, mengimport kereta tersebut bagi pihak En. B. Frost daripada Eastern Extension Telegraph Company pada tahun 1894. Pada masa itu, kereta dianggap sebagai teknologi terkini, namun pengeluarannya terhad dan harganya sangat mahal, lantas hanya golongan yang terkaya mampu memilikinya.

Harga kereta akhirnya menjadi lebih dapat dimampui para pengguna pada tahun 1920an selepas kemunculan kilang pemasangan yang berupaya untuk mengeluarkan kenderaan dalam jumlah yang banyak. Ini mengurangkan kos pembuatan dengan begitu ketara sekali.

Pengiklanan untuk kereta juga berubah bagi mencerminkan idea bahawa dengan pembiayaan bijak, hampir sesiapa sahaja yang berpendapatan sederhana mampu untuk memiliki kereta. Impian memiliki kereta bukan sekadar angan-angan lagi.



Kereta Swift

Guthrie & Co. Ltd.
The Straits Times Annual, 1907
Singapura: Straits Times Press

Pada awal abad ke-20, pemilikan kereta persendirian tidak dapat dicapai oleh kebanyakan orang tempatan di Singapura. Syarikat-syarikat yang khusus mengimport kereta tidak muncul sehingga pertengahan abad ke-20. Sehingga waktu itu, kereta telah dibawa masuk ke Singapura oleh pengimport umum seperti Guthrie & Co.

Iklan ini menampilkan ilustrasi menarik yang mungkin disediakan oleh Swift untuk pengimportnya di luar negara.

Kereta Morris

Malayan Motors
Her World, November 1960
Singapura: Straits Times Press

Iklan oleh Morris ini menggambarkan pemilikan kereta sebagai sesuatu yang wajib bagi sebuah keluarga bahagia. Ia menampilkan sebuah keluarga moden bersama dengan kereta Morris baru mereka. Iklan ini jelas menerangkan kebaikan kereta Morris sebagai kereta yang selamat, luas, mampu dimiliki dan jimat minyak.



Benz & Co. Horseless Carriages

Katz Brothers
The Straits Times, 29 Ogos 1896
Singapura: Straits Times Press



Iklan ini menampilkan kereta pertama yang diimport ke Singapura – kereta dua silinder Benz & Co. Kereta ini digambarkan sebagai pengangkutan tanpa kuasa kuda. Iklan ini menjelaskan faedah kereta Benz, pencucuhan enjin dan pembrekan yang selamat, dan penggunaan minyak yang jimat pada ½ sen sebatu. Malah, ia mendakwa bahawa kelajuannya boleh mencecah 10 hingga 15 batu sejam (15 hingga 25 kilometer sejam) dan mengumumkan bahawa motor keretanya 'agak senyap', dakwaan yang kurang benar.

6 IKLAN PELANCONGAN: PERJALANAN EPIK

Pembukaan Terusan Suez pada tahun 1869 yang mengurangkan tempoh masa laluan kapal antara Eropah dan Asia menandakan permulaan pelancongan dunia. Sebagai sebuah pelabuhan singgah dan pangkalan batu arang yang utama dari lewat abad ke-19 hingga Perang Dunia II, Singapura termasuk di dalam jadual perjalanan jelajah mengelilingi dunia. Iklan digunakan untuk memikat pelancongan ke Tanah Melayu British – koloni tersebut digambarkan sebagai sebuah negara tropika yang eksotik, kaya dengan sumber asli dan peluang perniagaan.

Apabila kegiatan melancong terus berkembang, iklan pelancongan meningkat di dalam media cetak, mendedahkan pilihan jenis pengangkutan dan destinasi pada masa itu. Iklan juga mencerminkan keadaan ketika dalam perjalanan, sebagai contoh, iklan kapal persiaran laut menunjukkan pelancong yang berada bersiar santai dari satu pelabuhan ke pelabuhan seterusnya dalam keadaan serba mewah.

(kanan)

Peta Lakar Perkhidmatan Kereta Api Negeri-Negeri Melayu Bersekutu

Singapura: Dolores Jackson, 1917

(bawah kanan)

Perkhidmatan Kereta Api Negeri-Negeri Melayu Bersekutu, Perkhidmatan Kereta Api Negara Siam

The Annual of the East (1932-33)

London: Alabaster, Passmore & Sons

Landasan kereta api pertama di Tanah Melayu telah dibina pada tahun 1885 untuk menyokong industri perlombongan dan selepas itu, industri getah. Perkhidmatan Kereta Api Negeri-Negeri Melayu Bersekutu (Federated Malay States Railways, FMSR) telah ditubuhkan pada tahun 1901 untuk menyatukan landasan kereta api di Malaya dan membina sebuah sistem perkhidmatan kereta api di Singapura. Ia menjadi suatu rahmat kepada pelancongan kerana ia membuka laluan kepada pelawat mengunjungi seluruh pelusuk Malaya.

Muka depan dan bahagian belakang peta lipat ini dipenuhi iklan-iklan untuk pelbagai produk seperti makanan dan minuman, bahan binaan, aksesori kereta, perkakas rumah dan banyak lagi. Terdapat juga iklan pada bahagian kanan peta. Barangkali pengiklan-pengiklan menaja cetakan peta untuk kegunaan para penumpang penumpang perkhidmatan kereta api, sama dengan peta pelancong yang masih diedarkan secara percuma sehingga ke hari ini.

Pada tahun 1918, FMSR telah bergabung dengan Perkhidmatan Kereta Api Negara Siam. Penumpang boleh membuat perjalanan dari Singapura ke Bangkok melalui Pulau Pinang dan Padang Besar di sempadan di mana kedua-dua perkhidmatan kereta api ini dihubungkan. Iklan untuk dua perkhidmatan kereta api tersebut dihasilkan untuk menarik perhatian pengembara dengan imej Tanah Melayu dan Siam (kini Thailand) yang eksotik dan romantik.



Een Reis Naar Oost-Azie (Perjalanan ke Asia Timur)

Bremen: Norddeutscher Lloyd, tarikh tidak diketahui
Sumbangan oleh John Koh

Diasaskan pada tahun 1857, Norddeutscher Lloyd (Lloyd Jerman Utara) adalah salah sebuah syarikat perkapalan paling terkemuka pada lewat abad ke-19 dan awal abad ke-20. Menjelang awal 1900an, laluan perkapalannya mula berkembang ke Asia.



Brosur berbahasa Belanda ini menghebahkan perkhidmatan penumpang dan pengangkutannya ke Asia Timur. Halaman-halaman ini menunjukkan bilik makan dan merokok yang mewah di dalam kapal itu. Pemandangan timur eksotik sebagai ilustrasi membangkitkan rasa romantik tentang kapal persiaran.

7 IKLAN HOSPITALITI: KEMEWAHAN DI SINGAPURA

Menjelang permulaan abad ke-20, beberapa hotel mewah di Singapura seperti Hotel de l'Europe, Hotel Adelphi dan Hotel Raffles mula dikenali masyarakat antarabangsa. Kesemua hotel tersebut tergolong dalam kumpulan hotel mewah yang bermula di Eropah, Amerika dan kawasan-kawasan lain pada lewat abad ke-19. Hotel-hotel ini memenuhi keperluan para pelancong yang kaya semasa bercuti. Ditempatkan di bangunan yang gagah dengan kemudahan moden, hotel-hotel perdana awal ini juga menjadi pusat perhimpunan untuk golongan-golongan yang ternama di Singapura.



Hotel Raffles

The Straits Times Annual, 1906
Singapura: Straits Times Press
Singapura Press Holdings Collection

Hotel Raffles merupakan hotel yang terbesar di Negeri-negeri Selat pada suatu masa dahulu. Ia adalah salah sebuah bangunan pertama di Singapura yang mempunyai lampu dan kelengkapan elektrik. Iklan ini mengumumkannya sebagai 'Savoy Singapura', 'terkenal dengan keselesaan modennya yang menyeluruh'. Sebahagian 'pelanggan ternama' disenaraikan, antaranya keluarga diraja, golongan aristokrat dan orang kenamaan.

Iklan tersebut juga mencanangkan hidangan hotel yang telah disediakan di bawah seliaan tukang masak Eropah. 'Guest Nights Every Saturday' (Malam Tetamu Setiap Sabtu) bersama 'Band and Skating' (Pancaragam dan Berkasut Roda) merujuk kepada Makan Malam Berkasut Roda di mana tetamu boleh bermain kasut roda di dewan hotel sambil menikmati muzik secara langsung yang dipersembahkan oleh sebuah kumpulan orkestra!

The Roda: Magazine of the [Rotary] Clubs of Malaya and Siam, Jil. 5, No. 53 (November 1935)

Singapura: Roda

Di dalam rencana utama majalah ini iaitu *The Roda, Where to Stay in Malaya* (The Roda, Tempat Penginapan di Tanah Melayu), penulis menceritakan pengalaman beliau menginap di Hotel Sea View:

Kedengaran bunyi laut yang berterusan di dalam telinga. Kita boleh mandi dalam pagar luas dengan selamat. Kita boleh berjemur di bawah matahari di atas halaman rumput dalam keadaan yang cukup sempurna ...terdapat begitu banyak air segar panas dan sejuk pada setiap masa tanpa mengira siang dan malam. Ini masih merupakan kemewahan di Malaya... setiap bilik tidur mempunyai bilik mandi di dalamnya.

Hotel tampaknya menjadi tempat yang sesuai untuk melihat gelagat orang. Pada pagi Ahad, kita boleh 'melihat aspek sosial Singapura yang berbagai-bagai dan menarik' dan juga wanita 'berpakaian fesyen yang terkini'.



8 IKLAN HIBURAN: BERSERONOK DALAM ERA MODEN

Pada permulaan awal abad ke-20, inovasi dalam teknologi dan perubahan trend kegiatan masa lapang mengusung era baru dalam dunia hiburan di Barat dan kemudiannya, Singapura. Sinematograf, atau filem, diperkenalkan di Singapura tidak lama selepas tayangan pertama di Paris pada tahun 1895. Pawagam mula bercambah dan iklan pawagam dan tayangan filem berkembang dalam media cetak pada dekad berikutnya.

Satu lagi inovasi dalam hiburan pada awal abad ke-20 adalah taman hiburan. Tiga buah taman hiburan Singapura, New World (1923), Great World (1932) dan Happy World (1937, kemudian diberi nama Gay World), adalah tempat meluangkan masa lapang yang sangat terkenal di mana orang ramai dari pelbagai lapisan masyarakat boleh menikmati pelbagai jenis hiburan seperti persembahan teater tradisional hingga ke perlawanan tinju dan kabaret.



Panggung Capitol

British Malayan Annual, 1929

Julius S. Fisher (Ed)

Singapura: Fishers

'Istana panggung wayang gambar' – pawagam yang terkenal dengan kemewahan dan kemodenannya – muncul di Barat pada 1910an dan 1920an. Contoh utama adalah Panggung Roxy New York (1927). Istana panggung wayang gambar Singapura, Panggung Capitol, dibuka pada tahun 1930 dengan penuh meriah.

Iklan ini disiarkan tepat sebelum pembukaan Capitol dan menampilkan ciri-ciri pawagam yang canggih, misalnya 'sistem penyejukan tanpa kipas yang memastikan pertukaran udara lengkap bagi setiap enam minit', dua buah lif, bumbung gelongsor, tempat duduk yang sama seperti Panggung Roxy serta sebuah restoran mewah dan kafe.

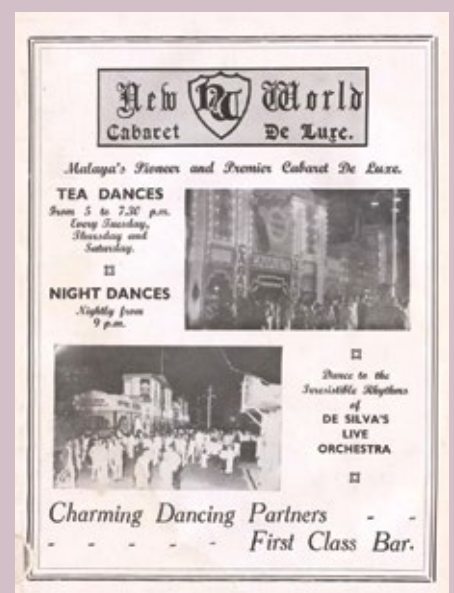
Kabaret New World

Come to Malaya, Feburari 1938

Singapura: East Indies Publishing Co.

Kabaret merupakan tarikan utama taman hiburan. Iklan-iklannya sering kali menonjolkan pelayan wanita tarian yang cantik, atau 'penari kabaret', untuk menarik pelanggan lelaki. Pelanggan boleh membeli kupon menari – satu dolar untuk tiga – yang membolehkan mereka menari dengan wanita pilihan mereka. Muzik dan nyanyian di kabaret juga dipersembahkan secara langsung.

Walaupun pelayan wanita tarian merupakan tarikan utama di kabaret, persembahan ahli muzik yang memainkan muzik *swing*, jazz dan juga keronchong secara langsung turut berperanan penting. Oleh kerana persembahan bertenaga pemain pancaragam digemari pelanggan, pemuzik yang berkemahiran adalah sangat dicari-cari oleh kabaret. Iklan New World ini menampilkan Orkestra De Silva Secara Langsung, merujuk kepada band terkenal yang diketuai oleh A. M. De Silva, pemuzik veteran yang membuat persembahan di hotel dan pawagam terkemuka.



10 IKLAN FESYEN: MEMBENTUK IDENTITI

Sebelum awal abad ke-20, komuniti-komuniti Singapura mengikuti ketetapan pakaian budaya mereka yang merupakan unsur penting kepada identiti mereka. Zaman 1910an menyaksikan perubahan besar dalam fesyen di Eropah, Amerika dan China. Terletak di persimpangan Timur dan Barat, Singapura memperagakan aliran fesyen kedua-dua dunia ini seperti yang dicerminkan di dalam iklan tempatan. Iklan-iklan pada masa itu juga mendedahkan fenomena unik 'pakaian kolonial' – pakaian Barat yang disesuaikan dalam reka bentuk dan bahan untuk orang Eropah khas untuk kawasan tropika. Selepas Perang Dunia II, selari dengan kemerdekaan Malaya dan identiti kebangsaan yang semakin berkembang, iklan dan media cetak menunjukkan aliran gaya baru di mana pakaian asli, khususnya sarong kebaya menjadi pilihan ramai dan mula terkenal dalam dunia fesyen.



《良友》(Liang You, The Young Companion), No. 37 (Julai 1929)

Shanghai: 良友图书印刷有限公司
(Liang you tu shu yin shua you xian gong si)

Fesyen Shanghai telah disebarkan kepada komuniti Cina di luar negara melalui tayangan filem dan majalah yang terkenal seperti 《良友》 (Liang You atau The Young Companion), yang juga diedarkan di Singapura. Majalah tersebut biasanya menampilkan ikon fesyen dan selebriti glamor Shanghai pada muka depannya.

Fashion, pelbagai keluaran, 1961

Singapura: R. M. Yusoff Ahmad

Pada awal 1960an, penerbitan bahasa Melayu yang terkenal ini, sarat dengan ilustrasi reka bentuk sarong kebaya yang terkini. Kebanyakannya mempunyai pengaruh serantau dengan sentuhan moden. Ia menunjukkan variasi pakaian tradisional yang tidak berkesudahan, menjadikannya pakaian yang sangat serba guna dan juga sebagai lambang fesyen Malaya.



Robinson & Co.


The Straits Racing Calendar, 1911
 Singapura: The Straits Racing Association

Digambarkan di sini ialah seorang lelaki mengenakan pakaian pagi lengkap dari zaman Edward, yang terdiri daripada kot bajang, rompi, seluar berjalur, tali leher kupu-kupu, topi tinggi dan tongkat untuk berjalan – sebagai aksesori fesyen. Pakaian sedemikian mungkin dipakai semasa perlumbaan kuda di mana penonton berpakaian mewah. Pakaian perlumbaan seperti sutera perlumbaan dan seluar penunggang kuda juga diiklankan kerana perlumbaan kuda merupakan jenis sukan dan acara sosial yang penting bagi masyarakat kolonial..

ADVERTISEMENTS.

ROBINSON & Co..
 Civil and Military Tailors,
 SINGAPORE.

Tropical
Suitings
in
Exclusive
Designs:
Latest and
*Most
Fashionable
Styles.



A

Racing Silks
in all
Registered
Designs.
—
White
Cashmere
Racing
Breeches.
—
Fancy and
White Vestings.

Large Variety of Field and Race Glasses.

Prism Binoculars by ROSS, Ltd., and ZEISS
 Always in Stock.

WHITEAWAY, LAIDLAW & CO.

PITH HATS
WHITEAWAY, LAIDLAW & CO.'S



PIGSTICKER



SOLA HAT
 OUR CELEBRATED PITH HATS
 Shape like sketch. Very best materials used.
 Price \$3.50 each

THE IMPROVED CLUB HAT
 Similar to the Pigsticker but has crown ventilator.
 Price \$4.50 each

PLANTER'S HATS
 Covered Khaki Drill with leather bound brim.
 Price \$3.25 each

New Braces
 The "Mikado" brace of strong web with elastic cable ends. A very strong brace.
 Prices
 95 cts. & \$1.35 per pair
 Gayot's French Braces.
 Prices
 \$1.00, 1.15 & 1.30 per pair
 The Cheap CASH Drapery Store.



Alpine Shape Hats
 Similar to sketch.
 Price \$6.25 each.

Pedal Straw Alpine Hats,
 very smart. Price \$6.75 each.

Soft Felt Hats, narrow brims.
 Price \$4.25 each.

Soft Felt Hats, wide brims.
 Price \$5.00 each.



STOCKINGS,
 with turn over tops.
 Good value in leather mixtures or grey.
 Price
 \$1.75 per pair.

FOR FOOTBALL, ETC.
 Plain navy blue stockings.
 Strong Foot Wear.
 Price \$1.85 per pair.

Whiteaway, Laidlaw & Co.

The Straits Chinese Magazine: A Quarterly Journal of Oriental and Occidental Culture, Jil. 8 (Mac, 1904)
 Singapura: Koh Yew Hean Press

Iklan ini menampilkan topi dan aksesori pakaian lelaki. Topi empulur, juga dikenali sebagai 'topi keledar perkhidmatan luar negeri', adalah unsur penting kepada pakaian kolonial. Ia dihasilkan sekitar abad pertengahan ke-19 sebagai hiasan kepala tentera untuk kegunaan di kawasan tropika. Topi yang dibuat daripada empulur (tisu tumbuhan) ditutupi dengan kain putih itu direka bagi melindungi mata pemakainya daripada sinaran matahari.


Iklan ini muncul di dalam sebuah majalah yang diterbitkan secara eksklusif untuk lelaki Peranakan, antara golongan bukan Eropah yang terawal memakai pakaian Barat.




Terima kasih kerana mengunjungi pameran

Lungsuri www.nlb.gov.sg/exhibitions/ untuk maklumat lanjut tentang acara, bengkel dan lawatan berpandu kami.

 NationalLibrarySG

 @nationallibrarysg

 NationalLibrarySG