

## **ABSTRACT**

People's opinion of beauty vary from time to time, as well as well as, from place to place. However, there are some common, dominant aspects of beauty that have been induced and fuelled by the society and the cosmetics industry. This study sought out to find out how social and the cosmetics industry have influenced the spread beauty standards and how these standards have caused women to seek extreme beauty practices like skin bleaching to meet the standard. The study explores the phenomenon through adoption of Jean Baudrillard's theory of consumption, system of objects, symbolic exchange and simulacra and simulation. The study also incorporates Pierre Bourdieu's theory of habitus to explain how society influences beauty ideologies, and Lewis Sklair's theory of transnational capitalism to explain how cosmetics industry continually produce and convince women to purchase these products. The methodology used in this study was qualitative research, where primary data collected through in-depth interviews with young Kenyan women, sellers and hair stylists was supplemented through secondary data. The secondary data was inclusive of visual analysis of the product packaging of skin bleaching products and hair relaxers. Colorism and texturism were identified as the main triggers of extreme beauty practices which were enabled by both the society as well as the cosmetics industry. Lack of enough representation of black models with natural hair in marketing as well as continued sale and marketing of such products as healthy and beauty-oriented further promulgates the ideal beauty as fair skinned with straight hair.

Key words: colorism, texturism, beauty ideals, relaxers, skin bleaching

## **ABSTRAK**

Pendapat orang tentang kecantikan berbeda-beda dari waktu ke waktu, serta, dari tempat ke tempat. Akan tetapi, ada beberapa aspek umum dan dominan dari kecantikan yang telah dirangsang dan disulut oleh masyarakat dan industri kosmetik. Penelitian ini berupaya mencari-tahu bagaimana industri sosial dan kosmetik telah mempengaruhi standar kecantikan yang menyebar luas dan bagaimana standar-standar ini telah menyebabkan para wanita berupaya melakukan praktek-praktek kecantikan yang ekstrem seperti pemutihan kulit untuk memenuhi standar. Penelitian ini menyelidiki fenomena ini melalui penerapan teori konsumsi Jean Baudrillard, sistem obyek, pertukaran simbolis dan simulasi. Penelitian ini juga menyertakan teori habitus oleh Pierre Bourdieu untuk menjelaskan bagaimana masyarakat mempengaruhi ideologi kecantikan, dan teori Lewis Sklair tentang kapitalisme transnasional untuk menjelaskan bagaimana industri kosmetik terus memproduksi dan meyakinkan wanita untuk membeli produk-produk ini. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, di mana data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan wanita muda kenya, penjual produk dan stylist rambut dilengkapi melalui data sekunder. Data sekunder adalah inklusif dari analisis visual terhadap kemasan produk pemutihan kulit dan relaxer rambut. Colorisme dan texturisme diidentifikasi sebagai pemicu utama praktek kecantikan ekstrim yang diaktifkan oleh masyarakat dan juga industri kosmetik. Representasi model hitam dengan rambut asli tidak cukup dalam pemasaran serta penjualan dan pemasaran produk-produk pemutih kulit lebih lanjut kecantikan ideal sebagai wanita dengan kulit terang dan rambut lurus.

Kata Kunci: colorisme, texturisme, kecantikan ideal, relaxer rambut, pemutih kulit.