

R

PERPUSTAKAAN UNIVERSITI MALAYA

ACH-5732
INVC... nms 16/9/99

IMPLIKATUR DALAM IKLAN

Oleh

MAIMUNAH IBRAHIM

BMC 5020

Perpustakaan Universiti Malaya



A508674242

Disertasi ini dikemukakan kepada Fakulti Bahasa dan Linguistik Universiti

Malaya sebagai memenuhi sebahagian daripada syarat untuk

Ijazah Sarjana Dalam Pengajian

Bahasa Moden

1999

Dimikrofikkan pada..... 12.04.2000
No. Mikrofis..... 14611
Jumlah Mikrofis..... 2

HAMSIAH BT. MOHAMAD ZAHARI

UPR UNIT REPROGRAFI
PERPUSTAKAAN UTAMA
UNIVERSITI MALAYA

PENGHARGAAN

Terlebih dahulu saya ingin merakamkan penghargaan dan setinggi-tinggi terima kasih kepada penyelia saya, iaitu Encik Said Halim bin Said Nong yang telah menyelia dan membimbing saya dalam menyiapkan disertasi ini. Terima kasih juga saya ucapkan kepada semua pensyarah dan kakitangan Universiti Malaya, Dewan Bahasa dan Pustaka Cawangan Sarawak, Syarikat Telekom Malaysia Berhad dan semua pihak yang terlibat sama ada secara langsung ataupun tidak langsung dalam memenuhi cita-cita saya.

Akhir sekali terima kasih kepada keluarga saya yang telah banyak memberi dorongan dan bantuan dalam usaha saya untuk menghasilkan disertasi ini.

Terima kasih.

MAIMUNAH BTE IBRAHIM
FAKULTI BAHASA DAN LINGUISTIK
UNIVERSITI MALAYA

KANDUNGAN

	Halaman
Penghargaan	i
Kandungan	ii
Abstrak	v
BAB 1 PENGENALAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Pernyataan Permasalahan	15
1.3 Objektif Kajian	16
1.4 Bidang dan Batasan Kajian	18
1.5 Kepentingan Kajian	19
1.6 Metodologi	19
BAB 2 PENYELIDIKAN YANG BERKAITAN	21
2.1 Pendahuluan	21
2.2 Penggunaan Beberapa Jenis Ayat Sebagai Implikatur	23
2.3 Implikatur dalam Iklan	30
BAB 3 ANALISIS IMPLIKATUR DALAM IKLAN	41
3.1 Pendahuluan	41
3.2 Jenis-jenis Iklan	41
3.2.1 Iklan Makanan	41

3.2.2 Iklan Minuman (susu)	42
3.2.3 Iklan Minuman (pelbagai jenis)	42
3.2.4 Iklan Pencuci	42
3.2.5 Iklan Bedak	42
3.2.6 Iklan Syampu	43
3.2.7 Iklan Ubat Gigi	43
3.2.8 Iklan Ubat-ubatan	43
3.2.9 Iklan Minyak Masak	43
3.2.10 Iklan Barang Elektrik	44
3.2.11 Iklan Kenderaan	44
3.3 Implikatur dalam Iklan	44
3.3.1 Aspek Kelazatan	44
3.3.2 Aspek Hubungan Kekeluargaan	48
3.3.3 Aspek Kesihatan	50
3.3.4 Aspek Gaya Hidup	59
3.3.5 Aspek Kecantikan	60
3.3.6 Aspek Keunggulan Sesuatu Barang	62
3.3.7 Aspek Kebersihan dan Kesihatan	66
3.3.8 Aspek Kesihatan dan Hubungan Kekeluargaan	76
3.3.9 Aspek Kesihatan dan Gaya	78
3.3.10 Aspek Kecantikan dan Gaya	83
3.3.11 Aspek Gaya dan Keunggulan	88
3.3.12 Aspek Gaya dan Kebersihan	92
3.3.13 Aspek Kebersihan dan Keunggulan	94

3.3.14 Aspek Keunggulan dan Kemasyhuran	96
3.3.15 Aspek Keunggulan dan Ketahanan	97
3.3.16 Aspek Kesihatan, Kecantikan dan Hubungan	99
3.4 Jenis-jenis Ayat Implikatur	102
3.4.1 Implikatur Ayat Penyata	102
3.4.2 Implikatur Ayat Interrogatif	104
3.4.3 Implikatur Ayat Figuratif	106
3.5 Implikatur Golongan Kata	108
3.5.1 Implikatur Kata Seruan	108
3.5.2 Implikatur Kata Partikel	110
3.5.3 Implikatur Kata Pengulangan	112
3.6 Rasional Menggunakan Implikatur	114
BAB 4 RUMUSAN KAJIAN	117
BAB 5 PENUTUP	129
BIBLIOGRAFI	

ABSTRAK

Kajian ini berkenaan dengan 'Implikatur dalam Iklan' atau dengan perkataan lain, unsur ketersiratan dalam iklan. Seperti yang diketahui, pengiklanan ialah cara terbaik yang diketahui untuk menyampaikan pengetahuan tentang barang-barang yang ada di pasaran. Matlamatnya juga adalah untuk mengekalkan jenama atau jenis barang dalam ingatan para pengguna agar setiap pengguna sedar akan kewujudan jenama barang berkenaan. Untuk ini, unsur tersirat atau implikatur digunakan oleh pengiklan untuk menyampaikan mesej mereka. Penggunaan implikatur dalam iklan memberi ruang kepada pengguna untuk memilih jenama barang yang mereka inginkan. Dalam kajian ini sebanyak 42 buah iklan telah dirakam melalui TV1 dan TV3 dan dianalisis. Iklan ini telah dibahagikan kepada sebelas kategori, iaitu iklan tentang minuman (susu dan pelbagai jenis), makanan, pencuci, bedak, syampu, ubat gigi, ubat-ubatan, minyak, barang elektrik dan kenderaan. Berdasarkan iklan ini, beberapa implikatur telah dikenal pasti seperti implikatur yang berkaitan dengan kebersihan, kesihatan, kecantikan, keunggulan, gaya dan hubungan kekeluargaan. Aspek lain yang dikaji di sini ialah pelbagai jenis ayat bahasa Melayu seperti ayat penyata, ayat interrogatif, ayat figuratif dan golongan kata, iaitu kata partikel, kata seruan dan kata ulang yang digunakan sebagai implikatur.