

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 barangan dalam ingatan para pengguna agar setiap pengguna sedar akan kewujudan jenama barangan 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 barangan 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, barangan 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 interogatif, ayat figuratif dan golongan kata, iaitu kata partikel, kata seruan dan kata ulang yang digunakan sebagai implikatur.