R. PERPUSTAKAAN UNIVERSITI MALAYA
AC1-5734
INVC. nms 26/1/2000

PENGARUH BAHASA IKLAN KE ATAS REMAJA : SATU KAJIAN KES DI SEBUAH SEKOLAH DI KOTA BHARU, KELANTAN

RAMLI HARUN

DISERTASI BAGI MEMENUHI SEBAHAGIAN DARI SYARAT-SYARAT UNTUK IJAZAH SARJANA PENGAJIAN BAHASA MODEN

FAKULTI BAHASA DAN LINGUISTIK
UNIVERSITI MALAYA
1999

Perpustakaan Universiti Malaya
A509084897

Dimikrofiskan pada 16.05.2000
No. Mikrofis 14647
Jumlah Mikrofis 3

HAMSIAH BT. MOHAMAD ZAHARI
UPR UNIT REPROGRAFI
PERPUSTAKAAN UTAMA
UNIVERSITI MALAYA

PENGHARGAAN

Alhamdulillah, bersyukur saya ke hadrat Allah s.w.t. kerana dengan izin dan limpah kurniaNYA dapat saya sempurnakan penulisan disertasi ini. Sesungguhnya tanpa gerak dan hidayahNYA sudah pasti saya tidak mampu menyiapkan sebuah penulisan yang tidak seberapanya ini.

Sekalung budi dan doa restu buat Dr. Suraiya Mohd Ali selaku penyelia kajian ini. Beliau setiap detik dan ketika sentiasa tenang, tekun dan jujur memberikan panduan, bimbingan dan cadangan yang amat bernas dan berguna dalam melengkapkan lagi penulisan disertasi ini. Semoga segala ilmu, pengorbanan masa dan tenaga yang dicurahkan akan mendapat ganjaran pahala yang berkekalan dari Allah jua.

Segala kerjasama para pensyarah Fakulti Bahasa Dan Linguistik yang tidak lokek dengan tunjuk ajar tidak akan saya lupakan. Buat teman-teman seperjuangan, gurauan dan cabaran kalian sememangnya adalah pembakar semangat untuk saya menyiapkan kajian ini. Buat isteri dan anak-anak yang tersayang, segala pengorbanan kalian berbalas jua akhirnya. Khusus buat ayah dan bonda, setiap jasa dan budimu tidak mampuku lukiskan dengan kata-kata.

Akhir kata, segala kerjasama serta komitmen yang diberikan oleh Tuan Pengetua Sekolah Menengah Teknik Pengkalan Chepa, para petugas di Perpustakaan Universiti Malaya, Akademi Islam Universiti Malaya Nilam Puri dan Perbadanan Perpustakaan Awam Kelantan amat dihargai.

FAKULTI BAHASA DAN LINGUISTIK
UNIVERSITI MALAYA

RAMLI HARUN

MEI 1999

KANDUNGAN

			HALAMAN
PENGHARGAAN			i
KANDUNGAN			ii
DAFTAR JADUAL			vi
DAFTAR LAMPIRAN			viii
SINOPSIS			ix
BAB 1	PENGENALAN		1
	1.1	Pendahuluan	1
	1.2	Pernyataan Masalah	4
	1.3	Kepentingan Penyelidikan	
		1.3.1 Sumbangan Daripada Segi Teori	8
		1.3.2 Sumbangan Daripada Segi Praktis	10
	1.4	Objektif Kajian	11
	1.5	Pembatasan Kajian	12
	1.6	Definisi Operasional	
		1.6.1 Bahasa	13
		1.6.2 Laras Bahasa	14
		1.6.3 Pengiklanan	16
		1.6.4 Proses Pemujukan	17
		1.6.5 Akhbar	19
		1.6.6 Remaja	20
	1.7	Organisasi Tesis	21

BAB 2 PENYELIDIKAN PERPUSTAKAAN

2.1 Pendahuluan 23

2.2 Latar Belakang Pengiklanan

2.2.1 Sejarah Pengiklanan 24

2.2.2 Fungsi Pengiklanan 27

2.2.3 Objektif Pengiklanan 30

2.2.4 Strategi Pengiklanan 32

2.2.5 Teknik Pengiklanan 34

2.2.6 Proses Pemujukan Dalam Iklan 37

2.3 Laras Bahasa Dan Konsep Laras Bahasa Iklan

2.3.1 Laras Bahasa 41

2.3.2 Laras Bahasa Iklan 43

2.4 Pencemaran Bahasa Iklan 58

2.5 Kesimpulan 61

BAB 3 METODOLOGI PENYELIDIKAN

3.1 Pendahuluan 62

3.2 Rekabentuk Kajian 62

3.3 Kaedah Penyelidikan 64

3.4 Kajian Rintis 66

3.5 Persampelan 68

3.6 Analisis Data 70

3.7 Kesulitan Dan Had Penyelidikan 70

3.8 Penutup 71

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PERBINCANGAN

4.1 Pendahuluan 72

4.2 Analisis Maklumat Peribadi 72

4.3 Pelbagai Pendapat Remaja Berhubung Bahasa Iklan 74

4.4 Reaksi Remaja Terhadap Iklan 79

4.5 Kajian Ujian Juri Pengguna Ke Atas Contoh-contoh Iklan Pilihan 98

4.5.1 Iklan A 100

4.5.2 Iklan B 104

4.5.3 Iklan C 108

4.5.4 Iklan D 113

4.5.5 Iklan E 118

4.5.6 Iklan F 122

4.5.7 Iklan G 127

4.5.8 Iklan H 132

4.5.9 Iklan I 137

4.5.10 Iklan J 141

4.5.11 Iklan K 146

4.5.12 Iklan L 150

4.5.13 Iklan M 155

4.5.14 Iklan N 161

4.5.15 Iklan O 165

4.6 Kesimpulan 173

BAB 5 KESIMPULAN

5.1 Rumusan Kajian 174

5.2 Implikasi Kajian 177

5.2.1 Implikasi Terhadap Remaja 177

5.2.2 Implikasi Terhadap Pengiklan 179

5.3 Cadangan 181

RUJUKAN 183

LAMPIRAN 189

DAFTAR JADUAL

JADUAL		HALAMAN
1.	Pecahan Sampel Menurut Jantina	73
2.	Bilangan Sampel Menurut Kursus	74
3.	Kekerapan Sampel Membaca Akhbar	75
4.	Kekerapan Sampel Melihat Iklan	77
5.	Jenis Iklan Menarik Perhatian Sampel	78
6.	Pengaruh Bahasa Iklan Terhadap Remaja	80
7.	Faktor Pemujukan Oleh Bahasa Iklan	81
8.	Reaksi Sampel Setelah Melihat Iklan	82
9.	Pemujukan Secara Berperingkat-peringkat	83
10.	Kesan Bahasa Iklan Yang Berulangan	84
11.	Kepentingan Bahasa Berbanding Grafik	86
12.	Penggunaan Pantun Dalam Bahasa Iklan	87
13.	Sikap Terhadap Penggunaan Istilah Bahasa Asing	88
14.	Penggunaan Slogan Dalam Bahasa Iklan	89
15.	Reaksi Terhadap Penggunaan Dialog Dalam Iklan	90
16.	Penggunaan Kata-kata Lucu Dan Berjenaka	91
17.	Bahasa Yang Padat Dan Ringkas	93
18.	Saiz Tajuk Iklan	94
19.	Penggunaan Personaliti Terkenal	95
	Populariti Iklan	99

21	Reaksi Sampel Terhadap Iklan A	101
22	Reaksi Sampel Terhadap Iklan B	105
23	Reaksi Sampel Terhadap Iklan C	110
24	Reaksi Sampel Terhadap Iklan D	114
25	Reaksi Sampel Terhadap Iklan E	120
26	Reaksi Sampel Terhadap Iklan F	124
27	Reaksi Sampel Terhadap Iklan G	130
28	Reaksi Sampel Terhadap Iklan H	133
29	Reaksi Sampel Terhadap Iklan I	139
30	Reaksi Sampel Terhadap Iklan J	143
31	Reaksi Sampel Terhadap Iklan K	148
32	Reaksi Sampel Terhadap Iklan L	152
33	Reaksi Sampel Terhadap Iklan M	157
34	Reaksi Sampel Terhadap Iklan N	164
35	Reaksi Sampel Terhadap Iklan O	168

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN		HALAMAN
1	Soalan Soal Selidik	189
2	Contoh-contoh Iklan Untuk Ujian Juri Pengguna	195
3	Jenis-jenis Iklan Mengikut Sumber	210
4	Pengaruh Bahasa	211
5	Pengaruh Tajuk	212
6	Pengaruh Saiz	213
7	Pengaruh Grafik	214
8	Pengaruh Teknik Khusus	215

kata-kata kunci, penggunaan kata yang padat dan ringkas, penggunaan pantun serta kata-kata yang yang lucu dan berjenaka.

Sesungguhnya kajian ini bukanlah sesuatu yang muktamad, malah lebih kepada percubaan ke arah kajian yang lebih menyeluruh dan komprehensif. Adalah diharapkan kajian ini akan dapat memberikan serba sedikit sumbangan kepada perkembangan Bahasa Melayu keseluruhannya.