

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