

ABSTRAK

Kajian ini memfokuskan kepada proses-proses yang terlibat dalam pembentukan kata baru dalam iklan-iklan bahasa Tamil. Tujuan utama kajian ini dilakukan bagi mendapat tahu proses-proses pembentukan kata yang terlibat dalam pembentukan kata dan item leksikal baru dalam tempoh masa satu tahun. Kajian ini juga cuba mengkaji kekerapan penggunaan proses-proses pembentukan kata oleh penghasil iklan. Di samping itu, kajian ini juga mengupas faktor-faktor yang menyebabkan pembentukan kata baru berlaku dalam iklan Tamil khususnya akhbar harian tempatan. Pendekatan penyelidikan yang digunakan dalam kajian ini ialah kaedah campuran iaitu kaedah kualitatif dan kuantitatif mudah. Pengkaji memilih ketiga-tiga buah akhbar harian Tamil di Malaysia iaitu, *Tamil Nesan*, *Malaysia Nanban* dan *Makkal Osai* supaya boleh melihat dengan skop yang lebih meluas. Data-data yang diperoleh dianalisis mengikut proses pembentukan kata yang disarankan oleh Yule, G. (1996). Berdasarkan kepada kajian ini, proses pemajmukan merupakan proses yang paling kerap digunakan dalam proses pembentukan kata baru dan diikuti oleh proses peminjaman dan derivasi. Selain itu, dapatan kajian juga menunjukkan bahawa proses-proses pembentukan kata seperti, penciptaan, penukaran, penyingkatan, campuran, akronim dan '*back-formation*' tidak digunakan dalam proses pembentukan kata dalam data kajian ini. Seterusnya, kajian ini juga menunjukkan bahawa keinginan para penghasil iklan untuk menyampaikan mesej yang tepat menjadi faktor utama berlakunya pembentukan kata dalam iklan-iklan akhbar Tamil. Kajian ini diharap dapat memberi gambaran jelas tentang keadaan semasa penggunaan proses-proses pembentukan kata khususnya dalam iklan akhbar harian Tamil tempatan.

ABSTRACT

This study focuses on the processes involved in new word formation in Tamil language advertisement. The main objective of this study is to get to know the processes involved in word and lexical items formation in a period of one year. Besides that, the study also to examine the frequency of use of word formation processes by advertisers. In addition, the study also explores the factors that lead the advertisers to form new words in the advertisement occur, particularly in Tamil local daily newspapers. Research approaches used in this study are a mixture of qualitative methods and simple quantitative methods. Data taken from all three Tamil daily newspapers in Malaysia, *Tamil Nesan*, *Malaysia Nanban* and *Makkal Osai* so that can be see the result in a wider scope. The data obtained were analyzed according to the process of word formation suggested by Yule, G. (1996). Based on this study, the compounding process is the most frequently used in forming new words, and followed by borrowing process, and derivation. In addition, the study also showed that the processes of word formation, such as the coinage, blending, clipping, back-formation, conversion and acronyms not used in the process of word formation in the study data. This research also shows that the main factors of forming new words in the Tamil newspaper advertisements is the desire of advertisers to deliver messages with accurate meaning to the target group. This study is expected to give a clear picture of the current use of word formation processes, particularly in the local Tamil daily newspaper advertisements.

PENGHARGAAN

Saya ingin merakamkan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Encik Supramani Shoniah, selaku penyelia disertasi saya yang telah memberi teladan dan tunjuk ajar kepada saya sepanjang proses penyempurnaan disertasi ini. Segala pertolongan yang dihulurkan oleh beliau dihargai dan disanjung tinggi.

Sekalung penghargaan ditujukan kepada Prof. Dr. Karunakaran, K. yang sudi menghulurkan bantuan dengan memberi tunjuk ajar dan membuat semakan khususnya dalam bahagian analisis data.

Saya juga mengenang budi panel Jawatankuasa Kecil Sokongan Penyelidikan Pascasiswa (JKSPP) yang membantu memantapkan kajian ini dalam pembentangan rancangan penyelidikan dengan memberikan nasihat serta cadangan yang membina.

Tidak dilupakan rakan saya Kaaminy Kanapathy yang sentiasa memberi tunjuk ajar, idea-idea bagi menaik taraf dan pemurnian disertasi ini.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua-dua ibu bapa saya yang tersayang, Encik Kumar dan Puan Vijay Kumari yang telah memberi semangat dan sokongan moral kepada saya sewaktu menulis disertasi ini.

Akhir sekali saya mengucapkan ribuan terima kasih kepada Tuhan yang maha mulia.