

BAB 2

TINJAUAN LITERATUR

2.0 Pendahuluan

Bab ini mengandungi penghuraian tentang proses pembentukan kata berserta konsep-konsep penting dalam kajian ini mengenai pembentukan kata. Antara kandungan bab ini ialah latar belakang bahasa Tamil, pengiklanan, bahasa pengiklanan dan proses pembentukan kata. Bab ini juga meninjau kajian-kajian yang pernah dilakukan dalam bidang pembentukan kata.

2.1 Latar Belakang Kajian

Seterusnya, latar belakang kajian akan dijelaskan dengan terperinci.

2.1.1 Latar Belakang Bahasa Tamil

Mengikut sejarah perkembangan bahasa Tamil negara Dravidia terletak di bahagian selatan gunung *Vinthiye* (Caldwell 1856). Ahli linguis Caldwell (1856) telah mengkategorikan bahasa-bahasa yang dituturkan di kawasan ini sebagai rumpun bahasa Dravidia. Terdapat satu perhubungan dan persamaan di antara kesemua bahasa-bahasa Dravidia ini. Caldwell (1856), dalam bukunya, *A Comparative Grammar of the Dravidian or South Indian Family of Languages* mengatakan bahawa perkataan Dravidia berasal daripada perkataan 'Tamil' (Tamizh > Tamizha > Tamila > dramila > dramida > dravida). Menurut beliau, jumlah bahasa Dravidia ialah sebanyak 28. Bahasa-bahasa tersebut ialah bahasa Tamil, Malayalam, Telugu, Kannadam, Tulu, Kodagu, Toda, Kota, Badaga, Kui, Kuwi, Konda, Kolami, Naiki, Pengo, Manda, Parji, Gadaba,

Kondi, Kurux, Malta, Brahui, Irula, Koraga, Erugala, Thanga, Kurumba dan Choliga (Paramasivam, S., (2003). Menurut Caldwell (1856) juga, bahasa Tamil, Malayalam, Kannadam, Telugu, Tulu dan Kodagu adalah bahasa yang mantap.

Antara bahasa-bahasa Dravidia terdapat dua kategori besar, iaitu bahasa yang berubah dan tidak berubah (Paramasivam, S. 2004). Bahasa Tamil merupakan bahasa Dravidia yang berubah. Di antara enam bahasa Dravidia yang berubah, hanya bahasa Tamil mempunyai tatabahasa dan kesusasteraan yang mantap, tersendiri dan unik. Kebanyakan bahasa Dravidia adalah bahasa aglutitatif termasuklah bahasa Tamil (Paramasivam, S. 2004). Paramasivam, S. (2004), juga menyatakan bahawa bahasa Tamil juga merupakan bahasa yang tertua (3500 B.C) di antara bahasa-bahasa Dravidian yang lain.

[*tolka:ppiyam*] merupakan karya tatabahasa Tamil terulung dan berusia lebih kurang 2500 tahun. Namun, Parantamanar, A.K. (1955), berpendapat bahawa bahasa Tamil sudah wujud seribu tahun sebelum terhasilnya [*tolka:ppiyam*]. [*tolka:ppiyam*] menghuraikan tentang tatabahasa Tamil berdasarkan ciri-ciri tatabahasa yang wujud dalam karya sastera Tamil yang tercipta sebelumnya. Ini membuktikan bahawa bahasa budaya tulisan dan penghasilan karya sastera telah lama wujud dalam alam Tamil. Suatu aspek menakjubkan ialah, [*tolka:ppiyam*] juga menerangkan tentang cara-cara penghasilan bunyi-bunyi bahasa Tamil dari alat-alat artikulasi manusia seperti yang dihuraikan oleh ahli-ahli linguistik abad ke-20. Selain daripada [*tolka:ppiyam*], terdapat banyak lagi karya sastera yang dihasilkan dalam bahasa Tamil beribu-ribu tahun dahulu seperti, [*purana:nu:ru*], [*akana:nu:ru*] dan [*tirukkura!*].

Selain penghasilan karya-karya yang berbeza mengikut peredaran masa, bentuk tulisan

bahasa Tamil juga telah mengalami banyak perubahan sehingga satu sistem bentuk tulisan mantap yang ada pada zaman sekarang. Paramasivam, S. (2003), telah menyenaraikan bentuk-bentuk tulisan Tamil yang mengalami perubahan mengikut peredaran masa seperti berikut:

- i. [cittira eluttu]
- ii. [pira:mi eluttu]
- iii. [vaṭṭeluttu]
- iv. [kira:nta eluttu]
- v. [catura eluttu]

Tamilvanan (1987), menyatakan bahawa perubahan dalam bentuk tulisan bahasa Tamil yang terawal diperkenalkan oleh I.Ve.Ramasami dalam tahun 1935 melalui akhbar beliau, iaitu '*Viduthalai*' bagi memudahkan sistem percetakan. Menurut Tamilvanan (1987), perubahan yang diperkenalkan itu, diterima dan dirasmikan oleh kerajaan negeri Tamil Nadu pada tahun 1977. Tulisan bahasa Tamil kian mengalami perubahan bagi kesesuaian penggunaan dalam komputer. Perubahan tersebut telah diterima pakai oleh masyarakat Tamil serantau.

Kini, bahasa Tamil yang merupakan identiti kepada bangsa Tamil dituturkan oleh masyarakat Tamil di seluruh dunia, iaitu hampir di 70 buah negara (Paramasivam, S. 2003) dan kira-kira 74 juta orang penutur (Yokambal, 2008).

2.1.2 Latar Belakang Perkembangan Akhbar Tamil

Akhbar merupakan media cetak yang amat penting, murah dan senang dicapai oleh sebahagian besar masyarakat.

Menurut Tamilvanan (1987), akhbar Tamil yang pertama di dunia ini adalah akhbar yang bertajuk *Cylon Gejet*. Akhbar ini diterbitkan pada tahun 1802 di negara Sri Lanka. Akhbar tersebut diterbitkan dalam tiga bahasa, iaitu bahasa Inggeris, bahasa Sinhala dan bahasa Tamil. Seterusnya, akhbar yang bertajuk *Tamil Magazine* telah diterbitkan di Chennai, Tamil Nadu pada tahun 1831 oleh mubaligh Kristian. Tujuan penerbitan akhbar tersebut adalah untuk menyebarkan agama Kristian di Chennai, Tamil Nadu.

Iklan menjadi salah satu komponen yang sangat utama dalam sebarang jenis akhbar termasuk akhbar Tamil. Pengiklanan mempunyai hubungan rapat dengan media di mana media tersebut memainkan peranan dalam penyebaran maklumat jitu mengenai produk tertentu dalam bentuk iklan. Perbincangan ini diikuti dengan latar perkembangan bidang pengiklanan secara keseluruhannya dan dikhususkan kepada akhbar-akhbar Tamil di Malaysia.

2.1.3 Latar Belakang Bidang Pengiklanan

Bovee dan Arens (1982), telah merekodkan perkembangan bidang pengiklanan dalam karya mereka iaitu, *Contemporary Advertising*. Menurut mereka, bidang pengiklanan wujud akibat revolusi perindustrian yang berlaku di negara-negara Barat pada abad ke 18. Ini adalah kerana pada abad ke-18, teknologi mesin mengambil alih produktiviti tradisional, iaitu tenaga manusia. Penggunaan mesin menyebabkan produktiviti

meningkat berlipat kali ganda. Pengeluar produk pula mencari pasaran yang lebih meluas. Oleh itu, iklan diperlukan bagi tujuan mempromosikan produk-produk kepada masyarakat di pelbagai tempat. Seiring dengan itu, iklan juga telah menjadi pilihan pada zaman itu bagi mengatasi persaingan sesama pengeluar-pengeluar produk.

Keadaan tersebut menyebabkan wujudnya beberapa firma pengiklanan. Menurut Bovee dan Arens (1982), Syarikat Pengiklanan Volney B. Palmer merupakan agen pengiklanan pertama yang telah ditubuhkan pada tahun 1841 di Amerika Syarikat. Perkembangan teknologi membantu mengubah penyediaan dan perekaan iklan secara lebih efisien. Penggunaan fotografi adalah antara teknologi yang terpenting membantu perkembangan bidang pengiklanan pada zaman itu.

Menurut Mohd. Hamdan (1997), perkembangan bidang pengiklanan di Malaya dan Singapura adalah pada sekitar kurun ke-19. Pengiklanan berkembang sejurus dengan kedatangan pedagang ke Negeri-negeri Selat. Menurut Mansor A. Saman (1982), *The Prince of Wales Island's Gazett* di Pulau Pinang pada 1805, *Chinese Monthly Magazine* di Melaka pada 1815, *The Straits Times* di Singapura pada 1845, *Jawi Peranakan* pada 1876 adalah akhbar-akhbar terawal di Malaya dan Singapura yang terlibat dalam penyiaran iklan.

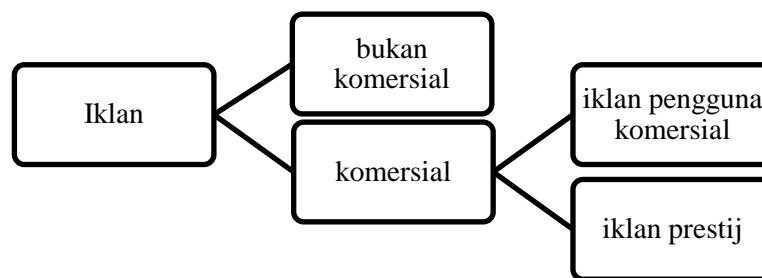
Akhbar-akhbar selalunya mengandungi iklan dengan tujuan memberitahu dan memujuk para pelanggan serta bakal pelanggan supaya menggunakan produk ataupun perkhidmatan yang ditawarkan (Normala Mohamad Yusof, 2005).

2.2 Iklan

Menurut Littlefield J. E. dan C. A. Kirk Patrik (1970), bagi pengguna atau pembeli, iklan merupakan sumber pembekal maklumat mengenai produk atau perkhidmatan sebelum membuat keputusan untuk membeli. Iklan juga menjadi pemberitahu mengenai sesuatu pengeluaran terbaru mengenai kualiti serta spesifikasi produk tersebut kepada para pengguna (Nik Rahimah Yaacob, 1992).

Menurut Littlefield J.E. dan C.A. Kirk Patrik, (1970), iklan memainkan peranan kepada kedua-dua pihak iaitu terhadap penaja dan pembeli. Golongan penaja dapat meningkatkan kuantiti jualan dan mengaut keuntungan yang besar. Para pembeli juga berfaedah kerana adanya iklan yang membantu membuat keputusan mengenai apa yang perlu dibeli atau melanggan.

Carta berikut menunjukkan pengklasifikasian iklan yang dinyatakan oleh Sandhya Nayak (2010).



Rajah 2.1 Pengklasifikasian Iklan, Sandhya Nayak (2010)

Sandhya Nayak (2010) mengklasifikasikan iklan kepada dua bahagian iaitu, iklan komersial dan bukan komersial. Iklan bukan komersial tidak melibatkan penjualan dan pembelian malah, ia mengandungi idea atau pengumuman kepada masyarakat umum. Ia biasanya dikeluarkan oleh kerajaan, badan-badan sosial dan persatuan. Tujuan iklan bukan komersial adalah biasanya berkaitan dengan aktiviti-aktiviti amal, propaganda

politik serta pelbagai aktiviti kebajikan masyarakat. Iklan komersial merupakan yang paling menonjol dari segi kualiti dan kuantiti. Ia boleh dibahagikan kepada dua bahagian iaitu, iklan pengguna komersial dan iklan prestij. Iklan pengguna komersial adalah melibatkan penjualan dan pembelian produk seperti barangan elektrik, kosmetik, perabot dan ubat-ubatan. Manakala iklan prestij pula adalah yang melibatkan penawaran perkhidmatan seperti perbankan, insurans dan telekomunikasi.

Iklan-iklan boleh diklasifikasikan kepada beberapa bahagian. Leech (1966) telah mengklasifikasikan iklan kepada beberapa bahagian, iaitu:

i. Pengiklanan pengguna komersial

Iklan yang bermotifkan mempromosikan produk dan perkhidmatan bagi meningkatkan penjualan.

ii. Pengiklanan di jurnal-jurnal perniagaan

Iklan jenis ini adalah ditaja oleh pengeluar atau pengedar produk ditujukan kepada pemborong.

iii. Pengiklanan penjualan runcit

Iklan jenis ini ditaja oleh peruncit ditujukan kepada pelanggan yang berpotensi.

iv. Pengiklanan berprestij

Iklan yang ditaja oleh syarikat yang diketahui umum dengan tujuan mengekalkan minat perniagaan.

v. Pengiklanan bukan berorientasikan keuntungan

Iklan jenis ini tidak bermotif perniagaan tetapi hanya bermotifkan kebajikan. Biasanya iklan ini ditaja oleh pihak kerajaan dan badan-badan kebajikan.

Mohd. Sidin dan Noorbaithi (1993), mengklasifikasikan iklan kepada dua bahagian iaitu, iklan peraga dan iklan kecil. Iklan peraga adalah iklan yang disiarkan di mana-mana muka surat akhbar dengan penuhnya. Kebanyakan iklan peraga direka dengan gambar-gambar dan disertakan maklumat yang secukupnya. Manakala, iklan kecil diletak di bahagian khusus di halaman tertentu dalam sesuatu akhbar. Saiz iklan tersebut adalah kecil dan maklumatnya adalah sangat ringkas. Iklan-iklan jenis ini diatur mengikut bahagian atau tajuk tertentu.

Jenis-jenis iklan yang terdapat dalam akhbar Tamil telah diklasifikasikan oleh Caktivel, Cu. (1997). Beliau membuat pengklasifikasian ini berdasarkan akhbar di Tamil Nadu, India. Menurut beliau, terdapat 15 jenis iklan yang boleh dilihat dalam akhbar Tamil. Antara jenis-jenis tersebut ialah, iklan produk, iklan pameran, iklan pengumuman, iklan perdagangan dan kewangan, iklan kerajaan dan iklan perundangan.

Menurut Mohd. Sidin dan Noorbaithi (1993), fungsi atau kegunaan iklan kepada para pengguna adalah produk atau perkhidmatan yang paling sesuai dapat dipilih dan dipadankan dengan keperluan serta kemampuan diri seseorang individu. Iklan juga membantu membuat perbandingan antara produk-produk dari pengeluar yang berbeza.

Leech (1966), juga menyenaraikan beberapa aspek yang menentukan kejayaan sesuatu iklan. Aspek-aspek tersebut adalah seperti berikut:

- i. Menarik perhatian pengguna

- ii. Mengekalkan minat pengguna
- iii. Dapat diingati semula dan mengenalinya serta merta
- iv. Menimbulkan perasaan supaya mengambil tindakan sewajarnya

Ciri-ciri iklan yang berjaya seperti yang dicadangkan oleh Jefkins, F. (1973), adalah seperti berikut:

- i. Menarik perhatian
- ii. Menimbulkan minat
- iii. Mencipta keinginan
- iv. Inspirasi keyakinan
- v. Membangkitkan tindakan

Kelima-lima ciri tersebut adalah saling berhubung kait dan memainkan peranan dalam meningkatkan daya penjualan menerusi iklan. Bahasa menjadi alat yang penting bagi memastikan kelima-lima ciri tersebut dicapai menerusi suatu iklan.

William F. Arens, (1982), mendefinisikan pengiklanan sebagai sesuatu maklumat bukan peribadi yang mana direka dengan maklumat produk, perkhidmatan dan idea baru. Pada kebiasaannya, iklan disiarkan dengan bayaran tertentu oleh penaja menerusi media kepada golongan sasaran iaitu pembeli.

2.2.1 Bahasa Pengiklanan

Sandhya Nayak (2010) menyatakan bahawa pengiklanan merupakan medium yang amat sesuai bagi menghubungkan peniaga dengan pembeli. Maka, bahasa dalam iklan menjadi alat komunikasi utama yang membantu mewujudkan perhubungan antara

peniaga dan pembeli. Keberkesanan sesuatu iklan adalah bergantung kepada ekspresi linguistik.

Menurut tinjauan jurnal Helen Kelly – Holmes oleh Patha, P. (2007), bahasa tidak digunakan secara rawak dalam bidang pengiklanan, kerana ia mempunyai matlamat tertentu yang harus dicapai. Matlamat iklan komersial adalah sudah tentunya penjualan. Maka, kata-kata yang digunakan dalam iklan adalah kata-kata yang terpilih yang mana peranannya besar daripada kata-kata lain.

Seperti yang telah dibincangkan sebelum ini, bahasa tidak boleh diasingkan dari alam periklanan. Ini kerana, keberkesanan sesuatu iklan berkait rapat dengan bahasa yang terkandung di dalamnya. Geis (Rejend, 2001 dlm Concise Encyclopedia of Sociolinguistics) berpendapat bahawa bahasa iklan mengandungi elemen-elemen bahasa yang berbeza daripada bahasa biasa. O’neill (1995) juga mempunyai pendapat yang sama, iaitu bahasa iklan berbeza dengan bahasa kegunaan seharian masyarakat. Beliau juga menyatakan beberapa ciri-ciri bahasa iklan yang membezakannya dengan bahasa kegunaan seharian. Antara ciri-ciri yang dinyatakan oleh beliau ialah:

- Bahasa iklan diberi penelitian sewaktu kegunaannya dan mempunyai tujuan tertentu, seperti menyampaikan maklumat dengan berjaya kepada golongan sasaran.
- Bahasa iklan ialah bahasa yang mampu menarik perhatian pembaca.

Menurut O’neill (1995), ciri-ciri inilah yang menyebabkan bahasa iklan menjadi bahasa yang berbeza dari bahasa biasa. Selain itu, iklan yang berjaya amat bergantung kepada kandungan bahasanya. Oleh itu, bagi mencipta sesuatu iklan yang dapat menarik perhatian orang, para penghasil iklan akan lebih teliti dalam pemilihan kata-kata dalam

bahasa iklan tersebut. Matlamat iklan hanya akan tercapai sekiranya kata-kata dalam bahasa iklan mampu menarik perhatian pembaca.

2.3 Kata

Menurut Bloomfield (1933), kata ialah bentuk-bentuk linguistik yang bebas yang dapat hadir bersendirian dan juga mempunyai fungsi tatabahasa, iaitu makna. Menurut Pei, M. (1965), kata adalah ujaran yang didisiplinkan secara turun temurun. Ini kerana, menurut pandangan beliau kata juga boleh ditakrifkan dari segi semantik sebagai unit ucapan yang paling asas dan mempunyai makna tertentu. Manakala Bolinger, D. (1975) pula menyatakan bahawa kata adalah sesuatu yang tidak boleh dipecahkan.

Siti Hajar (1996), berpendapat bahawa kata ialah unit tatabahasa terkecil yang mempunyai makna serta bersifat bebas, iaitu boleh berdiri sendiri. Ini kerana, menurut beliau kata boleh menjadi unsur dalam sesuatu frasa, klausa dan juga ayat. Selain itu, beliau menyatakan bahawa kata juga boleh hadir sebagai satu ayat minima yang sempurna atau ayat tidak sempurna.

2.3.1 Pembentukan Kata

Menurut Keller, R. E. (1978), pembentukan kata merupakan aspek yang sangat penting dalam bahasa khususnya bahasa iklan. Sebahagian besar pembentukan kata berasal khususnya dari bidang periklanan dan sains dan teknologi melalui kewartawanan.

Bidang pembentukan kata merupakan salah satu bidang dalam linguistik iaitu, leksikologi yang mengkaji struktur, bentuk dan penggolongan kata. Menurut Hans Marchand (1960), pembentukan kata merupakan salah satu cabang ilmu bahasa yang

mengkaji pola-pola bahasa yang membentuk unit leksikal iaitu kata-kata baru. Manakala menurut Abdullah Hassan (1986), pembentukan kata ialah satu proses yang berlaku dalam sesuatu bahasa untuk menghasilkan kata-kata terbitan.

Jesan (1999), berpendapat bahawa pembentukan kata ialah satu proses yang mewujudkan kata-kata dalam sebuah bahasa melalui beberapa proses-proses yang tertentu. Beliau juga berpendapat bahawa melalui proses-proses pembentukan kata, kata-kata baru wujud dalam sesebuah bahasa dan keadaan ini membantu menambahkan perbendaharaan kata bahasa tersebut. Zaiton Abd. Rahman dan Rudiah Haji Arshad (1992), juga berpendapat bahawa pembentukan kata adalah penting bagi menampung keperluan bahasa di dalam pelbagai bidang ilmu dengan penambahan perbendaharaan kata dalam bahasa tertentu.

Berdasarkan kepada pandangan para pengkaji, pembentukan kata boleh dirumuskan bahawa proses atau cara yang terlibat dalam menghasilkan kata dalam sesuatu bahasa. Pembentukan kata tidak boleh diasingkan daripada pembentukan peristilahan dan item leksikal, kerana kesemuanya saling berhubung kait antara satu sama lain.

2.3.2 Latar Belakang Pembentukan Kata

Bauer, L. (1983), telah membincangkan tentang sejarah pembentukan kata dalam buku beliau '*English Word Formation*' dengan jelas. Perbincangan latar belakang pembentukan kata dalam bahagian ini adalah berlandaskan maklumat beliau yang dibincangkan dalam buku tersebut.

Kepentingan pembentukan kata mula disedari dan diberi perhatian dari zaman Panini. Panini merupakan orang yang menyediakan penjelasan terperinci tentang pembentukan kata bahasa Sanskrit (Bauer, L., 1983).

Kajian pembentukan kata tidak mendapat sambutan dan perhatian yang serius pada awal abad ke-20. Pada masa itu kajian secara diakronik dan sinkronik yang dikemukakan oleh Saussure, mempunyai kesan yang mendalam dan berpengaruh besar dalam pengajian bahasa semenjak 1916, yang mana menyebabkan kajian pembentukan kata tidak diberi perhatian. Walaupun beberapa sarjana seperti Jespersen, O. (1942), berjaya menggabungkan pendekatan diakronik dan sinkronik dalam kajian pembentukan kata mereka, kebanyakan ahli bahasa mempertimbangkan pembentukan kata sama ada dari satu sudut pandangan yang betul-betul sinkronik seperti Bloomfield, (1935) atau betul-betul dari sudut pandangan diakronik seperti Koziol, H. (1937).

Ini adalah keadaan di mana penyelidikan pembentukan kata dihanyutkan oleh "revolusi Chomskyan" pada tahun 1957. '*Syntactic Structures*' oleh Chomsky mengubah pendekatan terhadap bahasa secara radikal yang mana diambil alih oleh majoriti ahli bahasa yang berpengaruh. '*Syntactic Structures*' kata menjadi asas sentralitas sintaksis manakala fonologi dan morfologi telah menjadi perhatian utama strukturalisme Amerika pada 1940-an dan 1950-an. Strukturalisme Amerika tidak tertarik terhadap pembentukan kata kerana perhatian utamanya adalah dalam unit-unit yang lebih kecil daripada kata seperti yang ditunjukkan oleh Adams, V. (1973: 5), dan perkataan tidak diberi teoretis yang menonjol dalam teori strukturalis. Tatabahasa transformasi generatif tidak diberi perhatian kepada pembentukan kata kerana perhatian utamanya ialah dalam unit-unit lebih besar daripada perkataan iaitu, struktur frasa-frasa dan ayat-ayat. Ayat-ayat

dianggap dibina daripada morfem-morfem dan bukannya daripada kata. Kata-kata seperti itu tidak memainkan peranan sebenar. Bahkan ketika Lees, R.B. (1960), mengkaji kerangka Tatabahasa Transformasi Generatif, beliau melihat generasi perkataan dengan pembentukan kata, dan bukannya sebagai unit yang berasingan. Pendekatan ini ialah standard dalam majoriti kajian transformasi, dan kajian tersebut sangat sedikit mengkaji masalah lain dalam pembentukan kata kecuali Zimmer, Karl E. (1964), yang mana seorang yang membincangkan beberapa masalah yang khusus dalam pembentukan kata.

Lees, R.B. (1960: xix) mengabaikan hasil kajian dalam pembentukan kata yang sedia ada termasuk 'taksonomi' yang dikemukakan oleh Panini. Pengabaian beliau mendapati kritikan terutamanya atas tindakan beliau terhadap 'taksonomi' Panini. Istilah 'taksonomi' telah digunakan dalam Tatabahasa Transformasi Generatif pada masa itu sebagai tempoh masa yang tidak jelas kepersisan apa yang dimaksudkan oleh Lees dan ia tidak jelas apabila ditinjau kembali. Edisi pertama karya Marchand, H., *The Categories and Types of Present-Day English Word-Formation* (disemak semula pada 1969) diterbitkan pada tahun yang sama dengan pengeluaran karya Lees, 1960, dan oleh sebab itu, Lees mungkin telah menamakan ia sebagai 'taksonomi' yang tidak memberi sebarang peraturan menghitung bentuk-bentuk baru atau yang sedia ada. Dua puluh tahun kemudian, kedua-dua karya tersebut menjadi amat bernilai bagi teori-teori linguistik dan karya Marchand dianggap sangat berharga khususnya kerana data yang diberi oleh beliau. Kedua-duanya merupakan titik permulaan bagi kajian proses pembentukan kata, dan kini nampaknya ia agak tidak relevan untuk membincangkan panjang lebar siapakah dari mereka mengemukakan konsep 'taksonomi'. Hal ini juga harus menunjukkan bahawa buku Marchand adalah satu lagi pengecualian dari

pendekatan standard untuk mengkaji pembentukan kata-eksklusif sinkronis atau diakronis.

Selain daripada itu aspek yang diberi perhatian oleh Transformasi Generatif Tatabahasa terutama dari sekitar 1962 dan seterusnya, adalah fonologi. *The Sound Pattern of English* (1968) merupakan karya kemuncak Generatif Fonologi oleh Chomsky & Halle. Berdasarkan morfofonemik tradisional Amerika, Fonologi Generatif adalah berkaitan dengan penentuan peraturan yang menghasilkan semua bentuk morfem. Tetapi fonologi hanya memfokuskan dalam penentuan fonetik (atau fonologi) dalam sesuatu kata yang terbentuk dari morfem-morfem dan batasan-batasannya. Ia tidak pernah diberi perhatian terhadap generasi tali-temali morfem dan sempadan-sempadan yang sesuai untuk memberi input bagi aturan-aturan fonologi. Ia sentiasa diandaikan bahawa ini adalah satu masalah komponen sintaktis yang mana pada akhirnya ada penjelasan.

Kajian tentang pembentukan kata menjadi penting dalam paradigma Tatabahasa Transformasi dengan penerbitan oleh Chomsky, N. (1970). Ia menimbulkan minat dalam bidang pembentukan kata dari segi aspek linguistik, walaupun tidak ada perubahan dibuat pada anggapan asas bahawa kata-kata terbentuk adalah jenis khusus dari bentuk ayat yang dalaman ditentukan oleh fonologi tersebut.

Secara kebetulan, sejumlah karya pembentukan kata oleh para sarjana yang dilakukan di luar paradigma Generatif transformasi telah muncul pada masa yang sama. Ini adalah kerana kemungkinan bidang pembentukan kata memang ke arah mengalami perkembangan. Versi karya Marchand, H., *The Categories and Types of Present-Day English Word-Formation* (yang disemak semula) muncul pada tahun 1969. Karya

Zepic, S., yang agak bukan tradisional dalam melakukan kompaun-kompaun nominal telah diterbitkan pada tahun 1970. Pendekatan yang agak berbeza ditunjukkan oleh Brekle, H.E. (1970) dan *Introduction to Modern English Word-Formation* oleh Adams, V., telah diterbitkan pada tahun 1973. Rumus situasi umum yang telah dihasilkan oleh Pennanen, E.V. (1972) sepatutnya dimasukkan juga dalam kelompok ini. Kajian pembentukan kata dalam tradisi Tatabahasa Transformasi kelihatan seperti telah menjadi lebih meluas pada masa yang lebih kurang sama, yang mana sebahagiannya diinspirasikan oleh Chomsky, N. (1970). Ahli-ahli linguistik lain yang terlibat adalah seperti, Vendler, Z. (1968), Bowers, F. (1969), Gleitman & Gleitman (1970), Lakoff, G. (1970), Lees (1970), Newmeyer, F.C. (1970) dan Giurescu, A. (1972).

Dalam beberapa tahun yang terdekat ini, pembentukan kata mendapat perhatian dari pelbagai sudut oleh ahli linguistik. Antara yang terpenting ialah seperti, dari sudut fonologi (Halle, M. 1973; Lightner, T.M. 1975), sintaksis (Jackendoff, R. 1975; Roeper, T. & Siegel, M.E.A. 1978), dan semantik (Lyons, J. 1977). Manakala kebanyakan ahli linguistik menyelidik dalam bidang ini sejak akhir 1950-an dengan menggunakan data yang disediakan daripada pembentukan kata. Kini terdapat sejumlah ahli linguistik yang semakin bertambah yang berminat dalam kajian bagaimana pembentukan kata mencerminkan bahasa secara umum. Ahli bahasa sedemikian adalah lebih jauh dari segi teori daripada aliran utama ahli linguistik Tatabahasa Transformasi, yang mana boleh dikatakan satu petanda yang sihat. Ini bererti pengakuan yang amat sedikit dari segi teoretis. Kebanyakan pendekatan terkini adalah yang disediakan oleh Brekle, H.E. & Kastovsky, D. (1977).

Pada masa ini, tiada satu badan doktrin yang diterima oleh semua dalam kajian tentang pembentukan kata. Maka, penyelidik-penyelidik terpaksa membuat teori mereka tersendiri. Pakar-pakar teorem dalam bidang itu berada dalam satu keadaan yang sukar kerana kebanyakan kajian-kajian deskriptif pembentukan kata tidak mempunyai rujukan secukupnya kerana teoretis adalah amat penting bagi produktiviti. Walaupun keadaan sebegitu, kajian-kajian mengenai pembentukan kata terus berkembang dan para pengkaji menunjukkan kesanggupan untuk menggabungkan pelbagai sudut pandangan bagi mengatasi masalah tersebut dengan menggabungkan sinkronis dan diakronis, morfologi dan fonologi, sintaksis dan semantik. Bahkan "persimpangan" sifat pembentukan perkataan (Kastovsky, D. 1977), di mana begitu banyak aspek-aspek linguistik berkumpul, yang kelihatan akan menarik penyelidik-penyelidik baru.

2.4 Proses Pembentukan Kata

Proses pembentukan kata didefinisikan oleh Siti Hajar (1996), sebagai cara sesuatu kata dibentuk sehingga dapat mewujudkan sesuatu bahasa. Menurut Maraimalai, E. (2001), proses pembentukan kata tertentu digunakan bagi membentuk kata baru. Perkataan yang telah dibentuk itu, akan diguna secara meluas dalam kalangan pengguna bahasa berkenaan bagi tempoh masa yang lama sehingga perkataan itu stabil dalam bahasa tersebut. Apabila kata tersebut sudah lama diterima pakai dan stabil ia tidak boleh ditinggalkan lagi dari segi struktur dan makna.

Terdapat beberapa ahli linguistik yang mencadangkan beberapa proses-proses pembentukan kata. Salah seorangnya ialah Norman C. (1999), menyatakan bahawa proses pembentukan kata dalam sebuah bahasa meliputi prose-proses pemajmukan,

campuran, penyingkatan, 'back-formation', akronim, pengimbuhan, penemuan, 'echoism', etimologi rakyat, antonomasia dan reduplikasi.

Amat Juhari Moain (1992), pula menyenaraikan sebanyak 17 proses pembentukan kata dalam sebuah bahasa khususnya bahasa Melayu dan bahasa Indonesia. Proses-proses yang dinyatakan oleh beliau ialah, pengimbuhan, penambahan, penggabungan, analogi, pemberian makna khusus, penciptaan, akronim, penggemblengan, peleburan fonem dan suku kata, pembentukan mengundur, perluasan peraturan pembentukan kata, penyingkatan, perluasan makna, penyempitan makna, perubahan makna, pinjam terjemah dan peminjaman kata.

Siti Hajar, (1996) pula mengemukakan beberapa proses pembentukan kata khususnya, dalam bahasa Melayu. Proses-proses yang dicadangkan oleh beliau ialah, penambahan, analogi, pemberian makna khusus, penciptaan, penggemblengan, akronim, peluasan makna, penyingkatan, peleburan fonem, penyempitan makna dan peminjaman kata. Proses-proses yang dinyatakan oleh Siti Hajar, (1996) mirip dengan proses-proses pembentukan kata yang dinyatakan oleh ahli-ahli linguistik yang dibincangkan sebelum ini.

Walaupun terdapat pelbagai proses-proses pembentukan kata yang dicadangkan oleh para ahli linguistik, namun dalam kajian ini pengkaji hanya akan menggunakan proses-proses pembentukan kata yang dicadangkan oleh Yule, G. (1996) yang dibincangkan seterusnya.

a) **Proses Penciptaan**

Dalam proses ini, kata akan dibentuk tanpa melalui sebarang proses lain iaitu, kata wujud begitu sahaja. Biasanya kata-kata jenis ini berasal daripada nama

jenama produk tertentu. Contohnya kata *xerox*, *nylon* yang menjadi kata yang diguna dalam kehidupan harian dalam bahasa Inggeris.

b) **Proses Peminjaman**

Penggunaan kata dari bahasa lain dikatakan sebagai proses peminjaman. Peminjaman kata dilakukan sama ada dari rumpun bahasa keluarga yang sama ataupun bahasa asing. Bahasa peminjam tidak sedar bahawa perkataan daripada bahasa itu telah dipinjam dan diguna oleh bahasa lain. Kini, pinjaman kata merupakan proses yang sangat penting bagi mengayakan item leksikal dalam bahasa tertentu.

Perkataan-perkataan dipinjam daripada bahasa lain ke dalam bahasa Inggeris adalah seperti, *alcohol* (bahasa Arab), *boss* (bahasa Belanda), *amuck* (bahasa Melayu), *mango* (bahasa Tamil) dan *piano* (bahasa Itali). Bahasa Melayu juga menerima banyak perkataan dari bahasa lain. Contohnya perkataan *komputer* (bahasa Inggeris), *kedai* (bahasa Tamil), *kitab* (bahasa Arab), *bahasa* (bahasa Sanskrit) dan sebagainya.

c) **Proses pemajmukan**

Proses ini melibatkan penggabungan dua perkataan kepada satu bentuk yang tunggal. Contoh kata majmuk dalam bahasa Inggeris ialah, *wallpaper*, *fingerprint* dan *sunburn*. Dalam bahasa Melayu juga terdapat beberapa kata majmuk seperti, perkataan barangkali, setiausaha dan tanggungjawab.

d) **Proses Campuran**

Proses campuran ialah gabungan sebahagian perkataan dengan sebahagian perkataan lain. Elemen atau suku kata awal bagi perkataan pertama dan elemen atau suku kata akhir perkataan kedua sahaja akan diambil untuk digabung. Contoh kata campuran dalam bahasa Inggeris adalah '*motel*' (gabungan kata '*motor*' dan '*hotel*') dan '*telecast*' (gabungan kata '*television*' dan '*broadcast*'). Ada kalanya elemen atau suku kata awal bagi kedua-dua kata digunakan dalam proses campuran. Contoh proses campuran adalah, '*telex*' (gabungan kata *teleprint* dan *exchange*).

e) **Proses 'Back Formation'**

Proses ini juga dikenali sebagai proses pembentukan kata mengundur (back-formation). Proses ini melibatkan pengguguran imbuhan sesuatu kata supaya boleh mendapatkan kata baru yang berfungsi sebagai satu kata dasar yang baru. Contohnya, perkataan '*donation*' dijadikan sebagai '*donate*' dan perkataan '*babysitter*' pula dijadikan sebagai '*babysit*'.

f) **Proses Penyingkatan**

Dalam proses ini beberapa elemen atau suku kata sesuatu perkataan yang sedia ada dalam bahasa akan digugurkan supaya ia menjadi lebih pendek. Contoh kata-kata yang disingkatkan ialah, *condo* (*condominium*), *fan* (*fanatic*), *cab* (*cabriolet*), *exam*, (*examination*) dan *lab* (*laboratory*). Penyingkatan juga dilakukan pada nama orang. Nama-nama orang seperti Tom (Tomas), Liz (Elizabeth), Mike (Michael) dan Sam (Samuel) telah dipendekkan bagi tujuan

kesenangan untuk disebut atau dipanggil. Nama-nama Melayu juga mengalami perkara yang sama.

g) **Proses penukaran**

Proses ini berfungsi menukarkan fungsi atau kelas sesuatu kata. Penukaran fungsi atau kelas sesuatu kata dilakukan bagi tujuan ekonomi sesuatu leksis. Perkataan tertentu tidak ditukar bentuk dengan sebarang penambahan atau pengguguran tetapi hanya ditukar kelas kata berkenaan bagi kegunaan baru. Contoh yang diberi oleh Yule, G. (1996) adalah kata-kata seperti *paper*, *butter* dan *bottle*. Kata-kata ini ditukar fungsi dalam contoh ayat-ayat seperti berikut:

- i. *He is **papering** the bedroom walls.*
- ii. *He **buttered** the toast.*
- iii. *He **bottled** the home-brew yesterday.*

h) **Proses Akronim**

Proses akronim ialah proses yang mana melibatkan penggabungan huruf-huruf pertama sesuatu set perkataan bagi membina kata baru. Huruf-huruf yang digabung akan dijadikan sebagai satu kata baru. Contohnya, perkataan '*laser*' adalah akronim kepada '*light amplification by stimulated emission of radiation*'. '*Scuba*' pula akronim kepada '*self contained underwater breathing apparatus*'.

Ada kalanya, gabungan huruf-huruf pertama tidak dapat dijadikan sebagai satu kata kerana kata tersebut tidak mengandungi sebarang vokal. Maka, ia akan

dirujuk dengan huruf-huruf itu sahaja. Contohnya, DVD (*digital video disc*), VCD (*video compact disc*) dan SMS (*Short message Service*).

Proses akronim digunakan dengan meluas dalam pembentukan nama-nama organisasi. Contohnya, WAR (*women against rape*), dan UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) merupakan organisasi-organisasi yang mempunyai nama hasil dari proses tersebut iaitu, akronim.

i) **Proses derivasi**

Imbuan awalan dan akhiran serta sisipan digunakan bagi menambahkan penggunaan kata akar atau kata dasar dalam konteks yang sama. Proses ini merupakan proses yang penting dan luas digunakan dalam kebanyakan bahasa seperti bahasa Inggeris, bahasa Melayu dan bahasa Tamil. Kata yang dihasilkan daripada proses pengimbuhan atau pun derivasi ini tidak akan dikira sebagai item leksikal yang berasingan seperti kata-kata lain yang dibentuk daripada proses pembentukan kata. Imbuan akhiran memainkan peranan dalam proses derivasi.

Contoh kata-kata yang dibentuk daripada proses ini ialah seperti, *unlock*, *preschool*, *wonderful* dan *sugarless*. Kata-kata tersebut dibentuk dengan penambahan imbuan akhiran *un-*, *pre-*, *-ful*, dan *-less*.

Jadual 2.1

Senarai Proses Pembentukan Kata oleh Norman C. Stageberg, Amat Juhari

Moain, Yule, G., dan Siti Hajar.

Bil.	Proses-proses pembentukan kata	Norman C. Stageberg	Amat Juhari Moain	Yule, G.	Siti Hajar
1.	Pemajmukan / Penggabungan	✓	✓	✓	
2.	Campuran / Penggembleran	✓	✓	✓	✓
3.	Penyingkatan	✓	✓	✓	✓
4.	' <i>Back-formation</i> '	✓	✓	✓	
5.	Akronim	✓	✓	✓	✓
6.	Penemuan	✓			
7.	' <i>Echoism</i> '	✓			
8.	Etimologi rakyat	✓			
9.	Antonomasia	✓			
10.	Reduplikasi	✓			
11.	Pengimbuhan / Derivasi	✓	✓	✓	
12.	Penambahan		✓		
13.	Analogi		✓		✓
14.	Pemberian makna khusus		✓		✓
15.	Penciptaan		✓	✓	✓
16.	Peminjaman		✓	✓	
17.	Penukaran			✓	
18.	Perubahan makna		✓		

19.	Perluasan makna		✓		✓
20.	Penyempitan makna		✓		✓
21.	Peleburan fonem		✓		✓
22.	Pinjam terjemah				✓
23.	Perluasan peraturan pembentukan kata		✓		
24.	Penambahan		✓		✓

'sambungan: Jadual 2.1, sambungan'

2.4.1 Proses Pembentukan Kata dalam Bahasa Tamil

Rajagopalachariyar, S. (1944) menyatakan bahawa, pembentukan kata baru dalam bahasa Tamil tidak diperlukan. Hal ini kerana, bahasa Tamil dianggap sebagai bahasa dewa-dewi dan amat suci di mana manusia tidak layak membina kata baru dalam bahasa Tamil. Menurut beliau, bahasa Tamil mempunyai segala jenis perkataan, maka tidak perlu membentuk kata baru dan kata-kata yang sedia ada memadai. Maraimalai, E. (2001), pula memberi pandangan beliau yang bertentangan dengan pernyataan Rajagopalachariyar, S. (1944) bahawa, pembentukan kata baru tidak diterima hanya kerana bahasa Tamil terlalu dipandang tinggi, malah terdapat punca-punca yang lain. Jika keadaan tersebut berterusan, maka bahasa Tamil mungkin tidak berkembang dari segi pembentukan kata baru.

Manakala Maraimalai, E. (2001), berpendapat bahawa bahasa Tamil sentiasa menerima kata, item leksikal dan istilah yang baru sejajar dengan perkembangan bahasa tersebut. Kata dan istilah tersebut dibentuk dalam bahasa Tamil bagi memenuhi keperluan pengguna bahasa Tamil.

Maraimalai, E. (2001), juga merekodkan mengenai konsep '*Thanitthamilh Iyakkam*' yang bermaksud, bahasa Tamil yang tidak dipengaruhi dan dicemari oleh kemasukan perkataan dari bahasa asing terutamanya bahasa Sanskrit. Bagi mengawal peminjaman perkataan dari bahasa asing, ahli linguistik yang menyokong konsep '*Thanitthamilh Iyakkam*' membentuk kata-kata baru dalam bahasa Tamil. Maraimalai, E. (2001), juga menyatakan bahawa Manikka Nayakanar, Pa. Ve. merupakan salah seorang yang berusaha dalam pembentukan kata, item leksikal dan istilah Tamil dan telah menerbitkan kata dan istilah yang dibentangkannya dalam majalah '*Justice*' dengan penerangan dalam bahasa Inggeris.

2.5 Tinjauan Kajian-Kajian lepas

Proses pembentukan kata yang dikemukakan oleh Yule, G. (1996) digunakan dalam kajian ini. Terdapat juga beberapa kajian lepas yang hampir sama dengan tajuk kajian ini. Kajian-kajian tersebut juga telah menggunakan proses-proses pembentukan kata yang dikemukakan oleh Yule, G. (1996) tetapi kajian-kajian tersebut dibuat dalam skop yang berlainan.

Lina Lasmono (2003), telah melakukan kajian yang bertajuk '*A Study of the Word Formation Processes Used in SMS Text*'. Kajian ini dilakukan berdasarkan proses pembentukan kata Yule, G. (1996). Pengkaji telah mengkaji pembentukan kata baru dalam penyampaian mesej melalui teks SMS. Kajian beliau lebih fokus kepada ekspresi unik para remaja. Beliau telah mengumpul teks SMS. Kemudian kata-kata yang dikumpulkan dari sejumlah teks SMS yang tiada dalam kamus dimasukkan dalam penganalisisan. Beliau mendapati bahawa enam proses pembentukan kata iaitu proses

berbilang yang mana melibatkan lebih daripada satu proses dalam pembentukan kata tertentu. Antaranya ialah, penyingkatan, peminjaman, akronim dan campuran.

Santy Anggraeni Tanoyo (2008), telah melakukan kajian beliau yang bertajuk '*The Word-formation processes of chatting language that are used in Ragnarok online games*'. Pengkaji ini juga menggunakan proses pembentukan kata yang dikemukakan oleh Yule, G. (1996) bagi tujuan penganalisan. Beliau mengumpulkan perbualan daripada Ragnarok, permainan Internet sepanjang 60 minit dan mengumpulkan kata-kata yang digunakan sepanjang perbualan tersebut. Beliau menggunakan beberapa kamus untuk mengenal pasti kata-kata baru dan menganalisisnya. Keputusan kajian beliau menunjukkan bahawa sebanyak lima proses pembentukan kata kerap digunakan dalam permainan Internet, Ragnarok. Proses pembentukan kata tersebut ialah mengikut urutan seperti akronim, penyingkatan, proses lain-lain, proses 'back formation' dan campuran.

2.6 Penutup

Tinjauan kajian-kajian lepas membantu pengkaji untuk mendapatkan idea bagi menentukan hala tuju kajian ini. Pandangan dari aspek-aspek yang berlainan telah dilihat dalam bidang pengiklanan, persuratkhabaran dan pembentukan kata daripada kajian-kajian yang lepas. Setelah dibuat kajian kepustakaan, pengkaji dapat merangka metodologi kajian ini yang teratur seperti yang dibincangkan dalam bab yang seterusnya.