

Bab 1

Pendahuluan

1.0 Pengenalan

Dewasa ini, kepentingan media massa semakin diutamakan selaras dengan perkembangan teknologi dunia secara globalisasi. Media dianggap sebagai satu agen sosialisasi yang senantiasa bersama manusia dalam setiap bidang yang diterokai. Media bukan sahaja merupakan cermin kepada masyarakat malahan juga merupakan agen perubahan kepada sesuatu masyarakat (Vir Bala Aggarwal, 2002: xvii).

Keadaan ini bermaksud, media mampu membawa pelbagai perubahan kepada masyarakat. Seterusnya ia mampu meletakkan masyarakat sejajar dengan perubahan dunia. Menurut Asiah (1991:71), 'sebarang faktor yang dominan, yang wujud dalam sesuatu masyarakat berupaya menentukan nilai kelakuan ahli dalam masyarakat tersebut'.

Menonton televisyen dan mendengar radio, telah menjadi satu aktiviti sosial yang penting dalam kehidupan seharian individu. Media menjadi satu agen yang membawa informasi kepada individu amnya dan masyarakat umumnya. Tanpa media, usaha untuk mewujudkan manusia yang berinformasi tidak mungkin dapat dicapai. Oleh yang demikian, media mampu membawa perubahan yang pelbagai dan juga mampu membawa masyarakat sejajar dengan perubahan dunia.

Musa Abu Hassan (2004:9), menjelaskan peranan media massa sebagai agen sosialisasi, penggalak pendidikan, penyebar maklumat umum, menyokong kegiatan ekonomi,

menerapkan persefahaman dan kerjasama, pembekal maklumat pembangunan dan sebagai penghibur.

Antara alat media massa, radio merupakan salah satu alat yang paling berpengaruh dan mampu memainkan peranan yang sebaiknya untuk memberi informasi dan hiburan sekaligus kepada para pendengar. Menurut Warren, Phillip, & Edwin (1997), keupayaan berada di mana-mana sahaja seperti di rumah, kereta, tepi pantai dan di jalanan menyebabkan radio digelar sebagai ‘penyebarkan berita yang agak berkesan’.

Berdasarkan catatan sejarah, radio juga adalah satu media elektronik yang mengutamakan audio semata-mata. Saluran radio swasta yang pertama dalam Bahasa Tamil di Malaysia dimulakan oleh Time Highway Radio (THR Raaga). Saluran radio swasta THR Raaga ini mula beroperasi sejak 2 April 2001 dan telah dimulakan oleh En. Abdul Aziz Hamdan (Sudramanian, 2007:50). Rancangan-rancangan THR Raaga dalam Bahasa Tamil banyak mengambil kira minat dan cita rasa remaja di samping mendidik, menghibur dan memberi informasi terhadap para pendengarnya.

THR berbangga kerana stesen radio ini terus mencatat sejarah apabila diumumkan sebagai saluran stesen radio keempat paling popular keseluruhan selepas ERA, Sinar dan Hot (Faizal Saharudini, 2011). Menurut Faizal lagi, jumlah pendengar radio THR kini mencatat angka 3.18 juta orang.

Radio sebagai salah satu media audio, berupaya ‘memancing’ para pendengar melalui retoriknya yang indah. Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial (PNS) THR Raaga merupakan satu usaha murni untuk mendidik para pendengar. Menurut Sanja K.Foss (dalam Lim, 2007) retorik merujuk kepada ‘penggunaan simbol dalam komunikasi

manusia'. Perkara ini dianggap penting untuk menyampaikan maklumat dalam proses komunikasi dan berupaya menyampaikan mesej dengan mudah kerana penggunaannya bersahaja tetapi penuh dengan maklumat.

Dalam Bahasa Tamil juga terdapat banyak strategi retorik. Dalam Pengumuman PNS THR Raaga, penerbit program juga telah berupaya menyampaikan mesej kepada para pendengarnya. Lantaran itu, pengkaji ingin mengkaji penggunaan retorik oleh penerbit pengumuman PNS THR Raaga dan keberkesanannya.

Dalam bab ini pengkaji menjelaskan latar belakang kajian, kajian rintis, pernyataan masalah, objektif kajian, persoalan kajian, kepentingan kajian, limitasi kajian dan definisi operasional.

1.1 Latar Belakang Kajian

Ketandusan penelitian berkaitan retorik terutamanya yang berfokuskan kepada program radio Bahasa Tamil, mendorong pengkaji mengkaji secara mendalam tentang genre ini. Latar belakang kajian akan dilihat dalam tiga bahagian yang utama iaitu perkembangan sejarah radio di Malaysia, perkembangan saluran radio Tamil di Malaysia dan kemunculan saluran radio THR Raaga sebagai saluran radio Tamil swasta yang pertama di Malaysia.

1.1.1 Perkembangan Radio Tamil di Malaysia

Kini di Malaysia terdapat dua badan yang berbeza dalam mengendalikan siaran radio Tamil iaitu badan kerajaan dan badan swasta. Sebagai contoh, Minnal FM berada di bawah kawalan kerajaan dan THR Raaga di bawah pentadbiran pihak swasta (Tolasi,

2007). Tahun 1996, merupakan satu tarikh bersejarah dalam sistem penyiaran radio kerana saluran *Minnal FM* di Malaysia buat pertama kalinya menggunakan Bahasa Tamil sepenuhnya dalam penyiaran dan memulakan perkhidmatannya selama 24 jam. Dr. V. Poobalan bertindak sebagai ketua saluran radio *Minnal FM* pada ketika itu.

Kewujudan radio berbahasa Tamil selam 24 jam ini menjadi sumber inspirasi pihak swasta untuk mewujudkan satu lagi saluran radio Tamil di Malaysia. Perkara ini menjadi kenyataan pada 2 April 2001, apabila perasmian semula saluran radio *THR.fm*. Saluran radio ini telah memperkenalkan stesen saluran radio swasta Tamil yang pertama di Malaysia iaitu *THR Raaga*. Kewujudan saluran radio swasta ini juga mencatat sejarah kerana menjadi ‘stesen radio swasta Tamil yang pertama menyiarkan rancangan dalam Bahasa Tamil’ sepenuhnya.

1.1.2 Sejarah Penyiaran Radio THR Raaga

Time Highway Radio (THR) merupakan salah satu saluran penyiaran di bawah stesen radio swasta iaitu saluran radio *THR.fm*. Di bawah penyiaran ini terdapat saluran *THR Raaga*, *Hindi Power*, *Gegar* dan lain-lain lagi (Tolasi, 2007). Saluran radio *THR Raaga* berasaskan konsep komersial. Stesen ini dinamakan ‘*time*’ kerana ia bertujuan untuk menyampaikan “informasi keadaan lalu lintas dan juga hiburan kepada para pendengar yang mengikuti stesen ini semasa memandu (Tolasi, 2007:16)”. Saluran ini beroperasi dengan tema, “*THR Raaga a:ha: sirantha isai*” (*THR Raaga membawa muzik yang terbaik*).

Pada mulanya saluran *THR* dikendalikan oleh 3 orang juruhebah iaitu *Indran*, *Selvi* dan *Priya*. Masa siarannya hanya meliputi 3 jam iaitu daripada 3 hingga 6 petang.

Kini siarannya dilanjutkan dari enam pagi hingga ke dua belas malam pada setiap hari dalam seminggu. Pada awalnya terdapat lapan orang juruhebah diberikan tanggungjawab oleh stesen radio ini untuk menyampaikan informasi terkini di samping untuk menghiburkan pendengar Tamil. Kini terdapat enam juruhebah yang mengendalikan program radio ini secara sepenuh masa selain beberapa juruhebah sampingan.

Antara program-program THR Raaga yang paling menarik ialah *kalakkal ka:lai* (pagi yang menyeronokkan), *mid morning show*, *hyper ma:lai* (petang yang aktif), *paddiyal 16* (16 lagu terpilih), *Malaysian top 10 hit*, *Raaga top 10*, episod PNS, *Love at Raaga*, laporan trafik, *tagaval vatdara ne:ram* (berita-berita terkini) dan juga acara-acara yang berunsur pertandingan.

Pengumuman PNS THR Raaga merupakan satu episod yang akan ke udara sepanjang hari dan pengumuman itu selalunya diselit dengan iklan-iklan komersial. Episod ini memakan masa selama tiga puluh saat. Setiap kandungan episod ini menyerapkan satu unsur nilai murni.

Berikut adalah satu contoh kandungan PNS THR Raaga:

(PNS 019 -2 April 2011- 8.57 pagi)	
Lelaki 1:	Satu soalan mengenai kebersihan.
Lelaki 2:	Tanyalah. Tanyalah. Saya memang suka orang tanya soalan.
Lelaki 1:	Boleh buang sampah di sini. A. Melalui cermin kereta.
Lelaki 2:	Boleh.
Lelaki 1:	B. Sebelah papan tanda “Dilarang membuang sampah”
Lelaki 2:	Apakah salahnya?
Lelaki 1:	C. Ke dalam sungai.
Lelaki 2:	Sampah boleh lupus dengan lebih cepat.
Lelaki 1:	D. Boleh dibuang di mana-mana sahaja.
Lelaki 2:	Semua jawapan adalah jawapan yang tepat. Saya memang mengamalkan langkah-langkah ini.
Lelaki 1:	Ambil ini! (diberi saman).
Lelaki 2:	Semua ini salah ke?
Lelaki 1:	Ya. Malaysia merupakan sebuah negara yang cantik. Jangan membuang sampah di merata-rata tempat dan mencemarkan negara ini.

Dalam PNS di atas, kita dapat melihat penggunaan retorik Tamil ulangan (tanyalah, tanyalah) sambil menyampaikan kepentingan kebersihan. PNS ini juga menegur orang-orang yang gemar membuang sampah merata tempat.

Sepanjang penelitian, pengkaji mendapati belum terdapat kajian secara tuntas berkaitan strategi retorik yang menyentuh genre media radio. Kajian-kajian yang berkaitan retorik, stilistik, gaya bahasa dan analisis wacana yang diberi penekanan, memberi perhatian terhadap genre novel, puisi, cerpen, bahasa pengiklanan dan bahasa akhbar. Dapatan-dapatan kajian seperti ini disokong oleh Abu Hassan Abdul (2007). Maka amat wajar bagi penyelidik menyelidik retorik genre media radio.

1.2 Kajian Rintis

Pengkaji telah menjalankan satu kajian rintis ke atas beberapa sampel dengan tujuan untuk memperkukuhkan kewujudan permasalahan yang ingin dikaji. Seramai 20 orang (10 orang pelajar) dan dewasa (10 orang guru) dari sebuah sekolah menengah di Daerah Kinta Utara, Perak telah dipilih sebagai sampel kajian. Pengkaji telah mengedarkan borang soal selidik yang mengandungi tiga bahagian iaitu bahagian A, B dan C. Bahagian A dan B, masing-masing mengandungi 5 soalan dan bahagian C mengandungi 10 soalan.

Daripada kajian rintis ini, didapati seramai 80% responden berpendapat bahawa PNS ini memberi informasi dan nasihat. 75% responden pula mengatakan bahawa PNS ini mempunyai unsur jenaka dan mendorong untuk berfikir. Hanya 45% responden yang mengatakan PNS ini mengutamakan bahasa dan keindahan kesusasteraan Tamil.

Tidak dapat dinafikan bahawa PNS THR Raaga dapat menawan bilangan responden yang lebih tinggi berbanding 45% responden yang mengatakan bahawa episod ini tidak mengutamakan keindahan Bahasa Tamil. Pada hemat pengkaji, masalah ini perlu dikaji dan diberi perhatian tentang keindahan bahasa iaitu retorik.

1.3 Pernyataan Masalah

THR Raaga merupakan saluran radio swasta Tamil yang menggunakan Bahasa Tamil sebagai media perantaraan. Sebagai suatu saluran media massa yang terkenal dan berpengaruh, THR Raaga berupaya menyampaikan mesej kepada masyarakat dengan lebih mudah dan berkesan. Berdasarkan kepopularan saluran ini (Faizal Saharudini, 2011), radio THR Raaga mampu menyumbang kepada kemantapan Bahasa Tamil di negara ini.

Penerbit program THR Raaga dapat memperkayakan Bahasa Tamil di negara ini melalui pelbagai rancangan yang berkualiti khususnya melalui PNS THR Raaga. Penggunaan Bahasa Tamil yang bersahaja dalam program ini, mampu memikat dan mempengaruhi golongan belia. Keupayaan memikat ini mendorong kepada inspirasi golongan belia untuk berminat mempelajari Bahasa Tamil.

Walaupun THR Raaga merupakan saluran radio swasta Tamil yang paling utama di Malaysia, namun radio ini tidak mampu memperkayakan Bahasa Tamil standard di negara ini. THR Raaga tidak mampu memperkayakan Bahasa Tamil kerana beberapa kekangan yang dihadapi iaitu:-

- a) Penggunaan kualiti Bahasa Tamil yang rendah oleh para juruhebah.
- b) Terdapat percampuran kod dalam perbualan (lazimnya Bahasa Inggeris dan Bahasa Malaysia).
- c) Ramai juruhebah tidak mahir dalam penggunaan Bahasa Tamil standard dan penggunaan Bahasa Tamil lisan.
- d) Saluran radio ini banyak mengutamakan konsep komersial.

Disebabkan pengumuman PNS THR Raaga mempunyai ramai pendengar, maka satu kajian yang lebih mendalam perlu dilakukan untuk mengenalpasti adakah penerbit program ini, menggunakan kesemua retorik Tamil atau tidak. Menurut kajian rintis yang dijalankan oleh penyelidik, didapati penerbit program tidak mengutamakan keindahan yakni retorik Bahasa Tamil. Maka, satu kajian perlu dijalankan untuk mengetahui keberkesanan penggunaan retorik dalam pengumuman PNS THR Raaga ini.

1.4 Objektif Kajian

Pada dasarnya, kajian retorik terhadap media Bahasa Tamil masih dianggap baru di negara ini. Kajian bertujuan mengisi kekurangan itu dengan memberi tumpuan kepada analisis wacana retorik dalam program penyiaran di radio. Secara lebih khusus terdapat dua objektif utama kajian ini iaitu:

- 1.4.1 mengkaji strategi retorik Bahasa Tamil yang digunakan dalam Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial (PNS) THR Raaga.
- 1.4.2 mengkaji kesan pengumuman Pemasaran Nilai Sosial (PNS) terhadap pendengar THR Raaga.

1.5 Persoalan Kajian

Penyelidikan ini dilakukan bagi menjawab persoalan-persoalan yang berikut:

1.5.1 Apakah strategi-strategi retorik Tamil yang digunakan dan kekerapan penggunaan dalam Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial (PNS) THR Raaga?

1.5.2 Apakah kesan penggunaan retorik Bahasa Tamil terhadap pendengar Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial (PNS) THR Raaga?

1.6 Kepentingan Kajian

Penyelidikan yang berkaitan strategi retorik dalam analisis wacana radio Tamil belum dilakukan di negara ini. Dengan demikian, kajian ini dilihat mempunyai beberapa kepentingan seperti memberi sumbangan baru dan tersendiri terhadap kajian retorik Tamil secara khususnya dan di dunia penyiaran secara amnya.

Kajian ini juga dapat dijadikan satu landasan untuk memberi maklumat tambahan kepada bakal penyelidik. Kajian retorik ini diharapkan akan memberi idea baru dalam penganalisaan bahasa retorik dalam Bahasa Tamil. Ini akan menjadi satu titik tolak untuk para penyelidik lain yang ingin mengkaji retorik dengan lebih mendalam lagi.

Kajian seumpama ini juga dapat memberi sumbangan terhadap bidang retorik khususnya memperluas pengertian retorik dalam konteks dunia Bahasa Tamil. Kajian ini berusaha memberi alternatif kepada pengkaji retorik, untuk menggunakan model yang menyerapkan “nilai masyarakat India dan budaya Tamil” yang lebih relevan dengan teks media yang ditulis dalam Bahasa Tamil.

Kajian seumpama ini akan dapat membantu para pengacara menambahkan penguasaan retorik Tamil dan menggunakannya dengan lebih berkesan apabila ke udara nanti. Hasil kajian ini juga boleh dijadikan titik awal untuk membina sistem retorik Tamil yang agak sistematik dan seterusnya menghasilkan buku panduan bagi seni retorik Bahasa Tamil.

1.7 Limitasi Kajian

Kajian ini terbatas pada data sumber utama iaitu, 40 episod yang disiarkan oleh PNS, radio swasta THR Raaga. Pemilihan 40 kandungan program dikira memadai kerana kajian ini bersifat terperinci dan mendalam.

Penelitian retorik Bahasa Tamil PNS THR Raaga tidak boleh digeneralisasikan kepada program lain. Konsep retorik akan dikaji dari segi strategi-strategi sahaja. Walaupun pelbagai strategi digunakan dalam retorik, kajian ini hanya akan berfokus kepada kerangka kajian yang dicadangkan oleh Corbett & Connors yang diadaptasi (1999). Kerangka kajian selain yang disarankan oleh Corbett & Connors yang diadaptasi tidak termasuk dalam penelitian ini, tetapi akan disentuh dalam bab kedua nanti.

PNS hanya akan dianalisa dari segi penggunaan gaya bahasa retorik dan keutuhan penggunaan bahasa dalam usaha memujuk pendengar program. Nada suara, jeda dan mimik-mimik tidak akan menjadi bahan kajian penyelidikan ini.

Hanya seorang penerbit dan tiga orang juruhebah THR akan ditemubual bagi penyelidikan ini. Hal ini penting bagi mendapatkan pandangan dan pendapat penerbit tentang program ini. Seramai lima orang responden sahaja (daripada 50 responden yang

menjawab soalan soal selidik) akan ditemubual. Temubual ini dianggap penting bagi menganalisa keberkesanan retorik daripada sudut pandangan pendengar program.

Batasan-batasan ini ditentukan supaya skop kajian tidak menjadi terlalu luas dan dapat menyampaikan ilmu dengan kadar yang lengkap dan menyeluruh. Penentuan batasan-batasan ini membantu penyelidik membuat kajian dalam skop yang betul dan sah.

1.8 Definisi Operasional

Terdapat beberapa istilah atau ungkapan yang memerlukan penjelasan agar dapat menimbulkan persepsi yang jelas mengenai maksud perkataan tersebut. Penjelasan terhadap maksud istilah dan ungkapan adalah berdasarkan kepada tajuk kajian iaitu:-

“Retorik Bahasa Tamil Dalam Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial THR Raaga”

1.8.1 Retorik

Retorik diberi dua pendefinisian yang berdasarkan Awang Sariyan dan definisi Corbett & Connors, (1999).

1.8.1.1 Definisi Awang Sariyan

Menurut ahli linguistik Awang Sariyan (2007), retorik merujuk kepada

- i) bentuk struktur bahasa tidak lagi bentuk bahasa biasa, tetapi berwarna-warni, berbunga-bunga

- ii) maknanya tidak lurus, tidak langsung
- iii) kelainan ini disengajakan untuk menimbulkan kesan (mengindahakan bentuk, menghaluskan makna)

1.8.1.2 Definisi Corbertt & Connors, (1999)

Corbertt & Connors, (1999:1) mendefinisikan retorik sebagai:-

“rhetoric is the art or the discipline that deals with the use of discourse, either spoken or written, to inform or persuade or motivate an audience, whether that audience is made up of one person or a group of persons.”

Ini bermaksud, retorik adalah disiplin yang melibatkan penggunaan wacana sama ada lisan atau tulisan yang bertujuan untuk memujuk atau memotivasikan para pendengar.

Dalam penyelidikan ini, kedua-dua maksud ini akan dijadikan panduan dalam segala penggunaan dan penganalisaan data-data. Retorik yang dimaksudkan oleh pengkaji adalah retorik Bahasa Tamil yang digunakan dalam media radio.

1.8.2 Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial (PNS) THR Raaga

Episod pengumuman PNS THR Raaga merupakan satu siri nasihat kepada para pendengar melalui retoriknya yang indah. Episod ini dikendalikan oleh radio swasta Tamil di Malaysia iaitu THR Raaga. Episod ini diselitkan dengan iklan-iklan dan program-program radio sepanjang hari. Menurut penerbit THR Raaga, episod ini berbentuk satu siri cerita benar. Kandungannya berbentuk pendedahan seorang, sesi perbualan dua hingga lima orang yang mengisahkan suatu permasalahan kini dan pada

akhirnya akan disudahi dengan nasihat kepada para pendengar. Episod ini hanya melibatkan masa selama tiga puluh saat sahaja.

Contoh-contoh tema kandungan adalah yang berkaitan dengan keselamatan jalan raya, penyelenggaraan kereta, budaya mengata, kepentingan menulis diari dan banyak lagi (sila rujuk Bab 4: 98).

1.9 Kesimpulan

Kajian ini merupakan satu kajian mengenai penggunaan retorik Bahasa Tamil dalam media radio. Retorik ini menjadi landasan asas bagi seseorang meluahkan isi hati mereka secara berkesan sama ada melalui pengucapan atau penulisan. Bahasa media radio akan menjadi bahan kajian penyelidikan yang mengharapkan penguasaan retorik yang pelbagai, mampu mempengaruhi pendengar lalu mengubah pendirian tentang sesuatu perkara.

Bab 2

Kajian Literatur

2.0 Pengenalan

Dalam bab ini, pengkaji akan meneliti perkara-perkara yang berkaitan dengan tajuk yang dikupas oleh para sarjana. Penelitian ini melibatkan topik-topik kecil seperti pandangan ahli linguistik tentang retorik, retorik klasik, retorik Bahasa Tamil, retorik dalam pengucapan, retorik bahasa iklan, Pemasaran Nilai Sosial (PNS), iklan PNS THR Raaga, kajian-kajian yang pernah dijalankan, teori Corbett dan Connor, dan rumusan bab.

2.1 Pandangan Ahli Linguistik Tentang Retorik

Retorik telah mula berkembang sebagai satu seni dalam kehidupan manusia sebaik manusia mula meluahkan pendapat masing-masing melalui pengucapan dan penulisan. Retorik ini telah digunakan oleh sarjana-sarjana penyelidik dalam kajian masing-masing. Oleh kerana ilmu ini dikaji dari pelbagai sudut, maka pendefinisian pun diberikan berdasarkan kepada bidang kajian masing-masing.

Oka (1976:29) yang meneliti pendefinisian Aristotle mengatakan ‘retorik adalah satu cabang ilmu yang mengajar orang lain berketerampilan pemujukan (*persuasion*) dalam sesuatu keadaan tertentu’. ‘Keadaan tertentu’ digunakan sebagai ‘media’ dalam kajian ini.

Asmah Omar (2007:163), mengatakan retorik pengaruh melibatkan hubungan sosial dengan masyarakat. Menurut Plato (dalam Raja Masittah, 2007), retorik merupakan seni mempesonakan jiwa, iaitu seni memenangi hati dan jiwa melalui wacana. Plato (dalam Fadilah, 2002), mengatakan retorik sebagai satu kaedah pendidikan yang menggunakan

dan menguasai bahasa yang baik sehingga dapat menyusun ayat yang sempurna dan menarik (2002:102). Menurut Plato (dalam Effendy, 2004:44), retorik bermaksud '*the art of winning souls*', yaitu seni mempengaruhi jiwa. Ini bermaksud Plato berpendirian bahawa retorik mampu menghibur di samping menjadi satu kaedah pendidikan. Pendirian Plato ini selaras dengan kajian ini yang mampu mendidik di samping menghibur.

Rahman Shaari (1993), yang mengutamakan gaya bahasa mengatakan terdapat dua maksud kepada retorik iaitu definisi objektif dan definisi figuratif. Definisi objektif (*logical definition*) bersifat memuaskan kehendak intelek yang tidak berkait dengan soal gaya bahasa tetapi lebih bertujuan untuk berusaha mencari ketepatan. Definisi figuratif (*figurative definition*) pula bersifat tidak akan memuaskan kehendak intelek tetapi lebih bertujuan dan berperanan untuk memuaskan kehendak 'gaya'. Ini bermaksud, retorik boleh bertindak sebagai ilmu yang memuaskan kehendak gaya. Kajian ini melibatkan definisi figuratif iaitu mengutamakan gaya bahasa dalam media radio.

Retorik bertindak memberi ilmu pengetahuan kepada seseorang dan seterusnya cuba mempengaruhi seseorang. Hal ini seiras dengan Aristotle. Menurut Aristotle (dalam Wayne & Marshall, 1987),

"rhetoric change our views about the past and about who was responsible for past events, change our decisions about how to act for a desired future, raise out opinion of some person or institution in the present"

Pendefinisian ini bermaksud, retorik mengubah pandangan kita tentang masa lalu dan siapa yang bertanggungjawab untuk peristiwa silam; ia juga mengubah keputusan kita mengenai cara bertindak untuk masa depan yang diidamkan serta memberi pendapat

tentang seseorang atau sesuatu institusi pada masa kini. Aristotle berpendapat retorik sebagai kebolehan mencari segala bentuk pujukan setiap masa.

Menurut Corbett (1971:3), Manam Sumantri (1991:21), Leech (1993:199) dan Siti Saniah (2009:534) pula, retorik merupakan keterampilan berbahasa secara efektif digunakan dalam penulisan dan pertuturan untuk mempengaruhi pemikiran ramai. Menurut Corbett,

“rhetoric is the art or the discipline that deals with the use of discourse, either spoken or written, to inform or persuade or move an audience.

(Corbett, 1971:3)

Corbett berpendirian bahawa retorik adalah disiplin yang melibatkan penggunaan wacana, sama ada lisan atau tulisan yang bertujuan untuk memujuk atau memotivasi para pendengar.

Raja Masittah (2007), membuat rumusan bahawa retorik merupakan alat yang berkuasa dan sebagai seni menggunakan bahasa memujuk dalam pengucapan untuk mengemukakan pengalaman dan berkomunikasi dengan orang lain.

Menurut Nor Azuan (2008), retorik merupakan satu seni kecekapan berpidato yang bertujuan mempengaruhi khalayak ramai. Kini maksudnya telah berkembang dengan lebih luas dan melibatkan strategi komunikasi yang baik sama ada secara lisan atau tulisan. Norhaifa (2004) yang menganalisa kepentingan retorik dalam ucapan menyatakan, retorik sebagai penggunaan bahasa yang tepat dan jelas maknanya dalam menyampaikan mesej. Segala pemilihan kata-kata seharusnya mudah difahami pendengar demi menyampaikan maklumat dengan berkesan.

Keris Mas (1990), berpendirian bahawa bahasa yang retorik dan bahasa yang kreatif (seni) bukanlah bahasa main-main atau berlagak berindah-indah. Manipulasi bahasa sebenarnya tidak berlaku untuk tujuan berindah-indah. Manipulasi bahasa lebih bertujuan sebagai unsur utama memperkuat makna. Dalam kajian ini, keupayaan manipulasi bahasa dikaji demi melihat keupayaannya mempengaruhi khalayak. Menurut Asmah Omar (2009: 57), pula 'retorik dalam seni mengarang boleh dianggap sebagai seni memujuk paling halus dan paling tinggi sifat intelektualnya'

Kenneth (1962:37), mendefinisikan retorik sebagai satu ilmu yang mengajar seseorang 'mengenalpasti diri dan para pendengar, bahasa yang digunakan, masalah yang dibincangkan dan hasil pertuturan'. Penggunaan retorik seumpama ini akhirnya akan menghasilkan persefahaman, kasih sayang dan membentuk keharmonian. Pendapat ini selaras dengan kajian ini yang mengharapkan keharmonian para pendengar.

Selain definisi-definisi retorik yang bersifat positif dan membina oleh pelbagai sarjana, terdapat juga pendapat-pendapat yang bersifat negatif mengenai retorik ini. Menurut Lim (2007), retorik pada pengertian popular dikaitkan dengan makna yang negatif iaitu apa-apa yang sering dikatakan sebagai retorik kosong. Retorik kosong ialah ucapan yang muluk-muluk tanpa isi kandungan yang bernas. Locke yang sependapat dengan Lim (dalam Raja Masittah, 2007), menambah bahawa retorik merupakan alat yang berkuasa dengan helah dan muslihat.

Berdasarkan kepada kesemua pendapat sarjana-sarjana tentang retorik boleh membuat kesimpulan bahawa, retorik ialah:

- i) seni pemujukan yang paling halus
- ii) tinggi taraf intelektualnya
- iii) melibatkan bidang penulisan dan pengucapan
- iv) pemanipulasian bahasa
- v) bertujuan mempengaruhi khalayak
- vi) melibatkan simbol dan beberapa bidang disiplin
- vii) mengharapkan perubahan yang positif daripada orang ramai

Kajian ini ingin meneliti bagaimana retorik dapat memujuk dan mempengaruhi pendengar radio melalui retorik pengucapan serta mengharapkan perubahan yang positif dalam kalangan masyarakat.

Secara kesimpulannya, retorik boleh diklasifikasikan sebagai seni atau amalan memujuk melalui sistem simbol dalam bahasa. Tujuan utama retorik adalah untuk menggunakan kata-kata manusia dengan tujuan membentuk sikap manusia melalui pujukan. Retorik juga akan berfungsi untuk menyelaraskan tindakan sosial dengan cara mempengaruhi pilihan manusia. Tindakan segera ini akan membentuk perubahan dalam diri seseorang individu. Jelas bahawa retorik (berbentuk tulisan dan pengucapan) merupakan proses memujuk yang mengharapkan perubahan tindakan daripada khalayak.

2.2 Retorik Klasik

Retorik merupakan di antara bidang yang terawal dalam tamadun keilmuan manusia (Zarina, 2003). Menurut Ismanorbiha (2005) pula, retorik bermula sejak peradaban manusia bermula. Ilmu ini mula berkembang seawal kurun ke 5 Sebelum Masihi (SM) di Sicily. Pada ketika ilmu retorik mula meluas, sistem tulisan belum lagi wujud di dunia (Effendy, 2004).

Sejarah retorik dari zaman Yunani menunjukkan bahawa tekanan bidang ini diletakkan pada seni berpidato. Hal ini bersesuaian dengan zaman itu kerana tiada mesin cetak dan ini telah mendorong keupayaan berpidato sebagai seni penting pada ketika itu. Setelah penemuan mesin cetak dalam kurun ke lima belas, retorik sebagai seni berpidato sudah mula digantikan dengan bahasa secara bertulis. Kewujudan mesin cetak menyebabkan gagasan atau idea seseorang dapat tersebar luas kepada orang ramai dan tidak lagi bergantung kepada seni berpidato. Hal ini telah mendorong tekanan utama, beralih kepada kemampuan untuk menyampaikan pemikiran dalam bentuk tulisan.

Retorik di Yunani bermula dengan acara pemujukan yang dilakukan ke atas Tuhan (dewi *Pesuation*). Seni retorik muncul di Sirakusa ibu kota Pulau Sisillia di Yunani (Ismanorbiha, 2005). Kemampuan dan kemahiran berbahasa waktu itu digunakan untuk menyampaikan pemikiran dan gagasan melalui pidato kepada kelompok masyarakat untuk mencapai matlamat tertentu. Pada ketika itu, keupayaan berpidato amat diutamakan kerana bersesuaian dengan pengenalan sistem demokrasi di Agrigentum yang mengundang orang awam memilih pemimpin yang berkarisma tinggi berdasarkan hujahan mereka. Corax merupakan guru retorik yang pertama yang terlibat dalam seni berpidato ini (Fadilah, 2002:112) dan (Gorys Keraf, 2000:3). Tugas beliau adalah mengajar ilmu kepandaian berpidato.

Retorik sofis bermula menjelang abad ke 5. Tokoh-tokoh seperti Gorgias, Leontini, Lysias, Protogras dan Isocrates mempelopori bidang ini. Gorgias dan Leontini (sekitar 427SM) memperkenalkan seni baru dalam retorik iaitu penggunaan unsur-unsur kiasan dalam ucapannya. Keupayaan menyelit unsur kiasan seumpama ini menyebabkan Gorgias lebih terkenal sebagai guru pidato dalam bidang pidatonya berbanding dengan Corax.

Kelahiran Aristotle (384 M) sebagai bapa retorik yang menegakkan retorik sebagai satu cabang ilmu yang berdiri sendiri lengkap dengan falsafahnya, rumusan, tujuan dan fungsi, kaedah analisisnya dan ruang lingkup masalahnya. Keadaan ini mendorong kepada kewujudan retorik yang mula menerima konotasi yang agak positif. '*The art of discovering means of persuasion available for my subject*'. Ini bermaksud Aristotle mendefinisikan retorik sebagai seni penemuan kaedah-kaedah pemujukan yang terdapat untuk subjek apa pun. Aristotle mengutamakan tiga bidang retorik iaitu forensik, deliberatif dan demonstratif (epideiktif).

Seni retorik mula menjadi ikutan masyarakat Rom apabila seorang Yunani iaitu Livius Andronicus (284-204 SM), yang datang ke Rom, mula mengajar seni retorik kepada tuannya. Guru retorik Rom yang paling popular ialah Tullius Cicero dan Fabius Quintilianus. Kedua-dua mereka menggunakan model Yunani untuk menyampaikan ilmu retorik ini kepada orang lain. Sumbangan penting golongan Rom ialah melanjutkan tradisi Yunani ke Abad Pertengahan Eropah.

Kedua-dua zaman Yunani dan Rom boleh dikatakan telah menyumbang kepada ilmu retorik. Konsep asas kepada retorik ini adalah keupayaan berucap yakni seni memujuk untuk menarik dan memikat khalayak. Hal ini berdasarkan kepada keupayaan berpidato dengan pemanipulasian bahasa. Maka jelas di sini bahawa retorik klasik banyak bergantung kepada pidato yang berasaskan kemahiran lisan semata-mata. Maka wujudlah retorik zaman moden berdasarkan konsep yang mengutamakan seni penulisan sebagai seni retorik tanpa mengabaikan retorik lisan.

2.2.1 Retorik Moden

Pada zaman moden (tahun-tahun selepas abad ke 18 dianggap sebagai zaman moden), Herbert A. Wichelns merupakan tokoh pertama yang membuat kelainan yang jelas antara kritikan retorik dengan kritikan sastera.

Golongan ini telah membawa satu anjakan paradigma ke atas retorik. Tokoh semantik yang terkenal I.A. Richards menolak idea dan definisi yang diberikan oleh Aristotle dan sebaliknya memberi idea berdasarkan kepada konsep non –Aristotelian. Golongan non–Aristotelian ini menganggap retorik sebagai keupayaan mempengaruhi pendengar dengan berdasarkan wacana yang disusun dengan baik. Idea golongan ini menunjukkan masyarakat tidak akan terpengaruh dengan pemujukan semata-mata.

Retorik moden didukung oleh Brooks & Warren, (1979:5). Menurut mereka, retorik,

‘They are studied because it is through language that we discover the world and ourselves. They are studied, too because they contribute to the effective use of language – and thus to effective living. Rhetoric, more specially, is the art of using language effectively’.

Brooks dan Warren(1979) berpendapat bahawa retorik dipelajari kerana melalui bahasalah kita mengenali dunia dan diri kita. Retorik juga dipelajari kerana ianya menyumbang kepada penggunaan bahasa yang berkesan dan dengan itu menyumbang kepada kehidupan yang berkualiti. Secara lebih khusus, retorik ini merupakan suatu seni penggunaan bahasa yang berkesan.

Menurut Zoriati (2005) dan Nora (2004), pembaharuan dalam teori klasik retorik mewujudkan teori retorik moden yang memberi takrifan retorik yang lebih mantap

dengan mengaitkan wacana kepada bentuk pengucapan dan penulisan. Perubahan ini bukan sahaja mengaitkan wacana dengan etos dan patos tetapi juga dengan logos di samping membahagikan wacana kepada bentuk-bentuk asas iaitu pendedahan, penerangan, penceritaan, penghujahan dan pemujukan. Menurut Nora, retorik moden melihat gaya lebih daripada ayat iaitu dalam konteks wacana. Wacana merupakan komponen tatabahasa yang mempunyai taraf lebih daripada ayat.

Nor Hani (1999), yang menganalisa retorik berpendapat bahawa terdapat dua aspek penting dalam retorik iaitu kritis dan kreatif yang bermaksud, penganalisan dan pengaplikasian. Proses penganalisan mengandungi 'pendefinisian retorik, prinsip retorik dan perbincangan tentang penggunaannya dalam mengekspresikannya secara berkesan'. Proses pengaplikasian pula melibatkan 'proses mengadaptasikan prinsip tersebut supaya dapat memperkukuhkan keberkesanan dalam mengekspresikannya'.

Jelas bahawa, retorik moden lebih berperanan dalam penyusunan wacana yang utuh yang berdasarkan pemanipulasian bahasa dengan baik. Tambahan kepada ini, ilmu ini sudah mula merangkumi aspek pengucapan dan aspek penulisan sebagai sumber utama bidang retorik.

2.3 Retorik Bahasa Tamil

Tolkappiyam ialah teks terawal yang membincangkan tatabahasa Tamil. Buku ini ditulis oleh Tolkappiyar pada kurun ke-4 SM (Mathavan, 2002). Dalam buku ini Tolkappiyar telah membincangkan retorik Bahasa Tamil. Arasenthiran (2010) menyatakan bahawa *Tolkappiyam* merupakan satu-satunya buku yang boleh dijadikan panduan bagi retorik Bahasa Tamil.

Tolkappiyam, membincangkan tiga bidang yang utama iaitu fonetik, morfologi dan sintaksis. Bidang sintaksis dalam *Tolkappiyam* membicarakan prosodi dan juga retorik. Menurut Vellairayan (1957), Turai (1999), dan Mathavan (2002), dalam *Tolkappiyam* hanya terdapat satu teknik retorik iaitu simile. Dalam bukunya, Tolkappiyar memperjelaskan tentang retorik secara mendalam melalui bahagian *uvamaiyal* (simile).

Elampuranan yang menulis huraian bagi *Tolkappiyam*, telah menerangkan jenis-jenis simile dalam 38 rangkap puisi klasik. Elampuranan yang menulis huraian bagi *Tolkappiyam* menjelaskan bahawa seperti warna (*vannam*), rupa bentuk (*vadivam*), pekerjaan (*tholil*) dan hasil (*payan*) akan mempunyai persamaan antara objek yang dijadikan perbandingan dan objek yang hendak dibandingkan. Hal ini disokong oleh Arasenthiran (2010:43) yang merujuk Tolkappiyar dalam sajaknya sebagai,

*vinaipayan meiyuru vendra nange
vagaipera vantha uvamai to:Rram*

Sajak ini bermaksud, perbuatan, hasil, rupa bentuk dan warna dianggap sebagai unsur-unsur simile.

Ahli-ahli tatabahasa Tamil seterusnya sependapat bahawa simile menjadi asas kepada retorik dan telah dikembangkan kepada pelbagai jenis retorik yang lain.

nannu:l ialah teks tatabahasa yang membincangkan tatabahasa Tamil pada kurun kedua belas. Buku kedua tatabahasa Tamil ini telah ditulis oleh Bawananthi Munivar (dalam kurun 11 Selepas Masihi) yang turut membincangkan Bahasa Tamil sebagai bahasa yang mempunyai bidang-bidang fonetik, morfologi dan sintaksis. Menurut Mathavan (2002) dalam *nannu:l*, retorik perlu wujud secara semula jadi dalam sajak. Dalam sesuatu ayat,

maksud petikan sebenar yang diinginkan tidak dapat ditonjolkan jika retorik digunakan sewenang-wenangnya.

Manikam (1994) dan Kalagappulavar Kulu (1992) yang menulis huraian bagi *nannu:l* telah mengutarakan bahawa *nannu:l* membincangkan dua jenis retorik iaitu simile dan metafora. Dalam *nannu:l* terdapat jenis-jenis retorik seperti dalam jadual berikut.

Jadual 2.1 Simile Dan Metafora Dalam *nannu:l*

Simile	Metafora
<i>mayil po:nRa nangai</i> (gadis seumpama burung merak)	<i>mannanaana singam pagaivarana yanaigal</i> (singa dijadikan raja, gajah dijadikan musuh)
<i>kayal po:nRa kann</i> (matanya seumpama ikan)	<i>en mannanukku thambiyar eruvar eru to:lkal</i> (adik-adik raja merupakan orang kanan baginda)
<i>neRpayirkaL kalviyalar po:la</i> (padi berisi bagai golongan cendekiawan)	<i>mugamagiya mathi</i> (wajah bulan purnama)
<i>taLir po:nRa me:ni</i> (tubuh badannya selembut tumbuhan menjalar)	<i>kalvi nankaiyai</i> (gadis ilmu)

Menurut Mathavan (2002), retorik Bahasa Tamil dibahagikan kepada 4 aliran yang utama bermula daripada Tolkappiyar. Berikut adalah empat aliran tersebut:-

- a) retorik yang berasaskan Bahasa Tamil secara tulen
- b) retorik yang bercampur aduk dengan Sanskrit
- c) retorik yang berasaskan Sanskrit secara tulen
- d) retorik Moden

Menurut Varatharasanar (dalam Mathavan, 2002), para penyajak akan menulis tema dan persoalan secara tersurat sementara hal-hal seperti imaginasi dan perasaan akan

disampaikan secara tersirat. Pentafsiran terhadap unsur-unsur tersirat ini oleh seseorang penyelidik boleh dianggap sebagai retorik.

Menurut Indhumathi (1990:97), sajak-sajak klasik diberi wajah baru dari segi makna dan kata melalui retorik indah. Retorik berperanan untuk memastikan pembaca tidak berasa bosan serta memberi hiburan. Beliau menyatakan bahawa unsur '*pathetic fallacy*' wujud ketika simile mula digunakan oleh manusia sejagat.

Indhumathi (1990) menyimpulkan bahawa '*pathetic fallacy*' merupakan satu teknik retorik yang telah digunakan dalam Bahasa Tamil dan dalam bahasa-bahasa India Utara terutamanya Bahasa Sanskrit. '*Pathetic fallacy*' bersifat menyampaikan sesuatu mesej dengan mengaitkan satu idea dengan idea lain lalu menerangkannya. Sebagai contoh, *pal katir n̄ayiRu pakala:RRI malai se:ra*. Sang suria yang telah banyak menabur jasa dan bakti akhirnya merehatkan diri dengan terbenam di kaki bukit. *Pathetic fallacy* ini bermaksud, seorang raja yang telah menyempurnakan kewajipan sebagai seorang pemerintah yang berwibawa dengan melaksanakan kuasa pemerintahan dan menjaga kebajikan rakyat jelata akhirnya ingin berehat dengan mengabdikan diri kepada Yang Maha Kuasa. Kajiannya hanya tertumpu kepada sajak semata-mata yang berdasarkan kepada *ka:piyam* seperti *manimegalai*, *se:vagasintamani* dan *silappatiga:ram*.

Manakala Turai (1999) dan Ramalingam (1986) dalam kajian masing-masing menyifatkan pengetahuan retorik yang baik akan membantu seseorang untuk menyampaikan sesuatu mesej dengan gaya yang unik dalam ucapan atau penulisan.

Mathavan (2002), yang mengkaji sajak-sajak Barathiyar mendapati Barathiyar telah menggunakan simile umumnya yang berbentuk tradisi dan yang telah diubahsuai

mengikuti zaman kini dan menggunakan pelbagai retorik moden. Lama-kelamaan Barathiyar lebih berfokus kepada sajak-sajak yang diubahsuai mengikuti tradisi baru. Sajak-sajaknya banyak menggunakan simile untuk menerangkan isu kemerdekaan, kemajuan diri kaum wanita dengan jelas dan juga perubahan dalam masyarakat. Menurut Mathavan, Barathiyar dapat menggambarkan sikap patriotisme dan kepentingan kemajuan kaum wanita.

Barathiyar, menggunakan unsur simile berbanding dengan unsur retorik yang lain. Kita boleh merumuskan bahawa Barathiyar juga menganggap simile menjadi akar tunjang kepada retorik di samping metafora.

Dalam aliran moden Tamil, seni retorik bukan sahaja digunakan dalam puisi semata-mata sebaliknya digunakan dalam prosa juga. Buku *aniyiyal* dikarang oleh Rajagopalachariyar (2000) dalam bentuk prosa. Ramalingam (1986), Kanapathy dan Rajamogan (2002) berpendapat bahawa pemikiran tentang penggunaan retorik hanya bersesuaian dengan puisi adalah tidak benar sama sekali. Retorik juga boleh digunakan dalam prosa dengan sebaiknya untuk menyampaikan buah fikiran dengan lebih berkesan. Rajagopalachariyar (2000) telah menyenaraikan 25 teknik retorik yang boleh digunapakai dalam prosa. Keupayaan menyampaikan buah fikiran dan perasaan hanya boleh wujud sekiranya retorik wujud dalam sesuatu karya kreatif. Namun beliau tidak menyangkal pendapat yang mengatakan tanpa retorik, masih boleh menyampaikan maklumat dengan berkesan. Namun yang pastinya penggunaan retorik membantu seseorang penulis menyampaikan buah fikirannya dengan lebih indah dan menarik.

Ramalingam (1986) juga mengatakan bahawa secara tidak disedari dalam perbualan harian manusia menggunakan pelbagai retorik untuk menyampaikan buah fikirannya.

Retorik Bahasa Tamil agak berbeza dengan retorik klasik Yunani dan moden kerana penumpuannya bukan pada seni berpidato sebaliknya bertujuan untuk menarik perhatian pendengar atau pembaca.

Seni retorik digunakan sejak zaman *cangam* (iaitu zaman Persatuan Bahasa Tamil) yang ditubuh di bawah naungan raja Madurai untuk mengkaji Bahasa Tamil dalam abad 1 SM. Menurut kesusasteraan Tamil, terdapat tiga persatuan Bahasa Tamil yang diberi nama Persatuan pada zaman awal, Persatuan pada zaman pertengahan dan Persatuan pada zaman akhir (*mutal, iTai, kaTai, canggam*). Elakkuvanar (2000), yang mengkaji Bahasa Tamil, berpendapat bahawa sesuatu bahasa mampu kekal mengikut peredaran masa sekiranya bahasa itu menjadi bahasa yang mempunyai nilai estetika yang pelbagai dan mampu menyumbang kepada perkembangan intelek seseorang. Hal ini memberi gambaran bahawa retorik dalam Bahasa Tamil mampu meninggikan martabat bahasa itu kerana nilai estetika yang dimilikinya.

Menurut Turai (1999), suatu bahasa yang sempurna akan mempunyai lima unsur di dalamnya iaitu fonetik, morfologi, sintaksis, prosodi dan retorik. Keempat-empat perkara iaitu fonetik, morfologi, sintaksis dan prosodi amat bergantung kepada aspek retorik kerana retorik berperanan sebagai penyempurna (daya penarik) bagi keempat-empat aspek tersebut.

Paranthamanar (1955), mengaku keunikan retorik mampu memikat para pembacanya. Menurut beliau lagi, penggunaan retorik dalam teks bertulis perlu dihadkan kerana ia tidak akan membawa nilai estetika yang diharapkan.

Seethuraman (1998), pula yang menganalisa tentang retorik simile dan metafora mengatakan bahawa kedua-dua unsur ini boleh saling ditukar ganti. Sebagai contoh, beliau mengatakan *mugata:marai* (muka teratai -metafora) boleh ditukar menjadi *ta:marai po:nRa mugam* (mukanya bagaikan teratai - simile). Frasa ‘muka teratai’ daripada unsur metafora boleh bertukar menjadi simile apabila terdapat penambahan perkataan bagi iaitu ‘mukanya bagaikan teratai’.

Soothivaanan (1973) mengutamakan retorik jenis rima iaitu *etugai dan mo:nai*. Rima telah menjadi pemilihan penulis dan penceramah. Rima melibatkan huruf pertama sebagai *mo:nai* dan huruf kedua sebagai *etugai*. Pada masa kini, walaupun bahasa terus berkembang, namun kedudukan rima tetap diutamakan.

Contohnya; *paIanikkuc SenRen*
Pajjammirtam uDTen –mo:nai
vaTTamana:taTTu
taTTuniRaiya laTTu - etugai

Rima dalam teks memberi kesan seperti memendekkan perbualan, mempermudah keupayaan mendengar, dan memberi kesan yang mendalam. Walaupun rima banyak digunakan dalam puisi, tetapi kehadiran dalam prosa masih mampu mengindahkan dan memperkukuhkan maksud. Kita masih boleh menulis tanpa bantuan rima, tetapi kehadiran rima membantu sesuatu penulisan menjadi lebih menarik.

Kedua-dua penulis Kanapathy dan Rajamogan (2002) tidak membincangkan secara mendalam tentang teknik retorik ini. Namun penjelasan kepada 16 jenis retorik berserta dengan contoh-contoh yang relevan diberikan. Mereka mengakui bahawa kedua-dua bentuk sajak mahupun teks bertulis memerlukan retorik ini untuk memperindah serta memperkukuhkan makna.

Kedua-dua penulis ini berpendapat bahawa dalam usaha mengajar Bahasa Tamil, penekanan diberikan kepada unsur-unsur tatabahasa dan kesusasteraan sahaja kerana kedua-dua aspek inilah banyak disoal dalam peperiksaan. Penekanan kepada retorik dan prosodi amat penting dalam usaha penghasilan karya – karya estetika yang bernilai tinggi.

Berdasarkan pendapat-pendapat yang dibincangkan di atas, dapat dirumuskan bahawa, pada awalnya dalam Bahasa Tamil, hanya terdapat penggunaan simile sebagai unsur retorik dalam sajak. Namun begitu, dewasa ini, Bahasa Tamil telah berkembang pesat dan pelbagai jenis retorik Tamil digunakan dalam puisi dan juga prosa.

Berdasarkan kepada aliran perkembangan retorik Bahasa Tamil, jelas bahawa kewujudan retorik Bahasa Tamil sezaman dengan retorik Yunani. Namun penekanan dan penumpuan retorik Bahasa Tamil hanya diberikan dalam sajak semata-mata. Unsur simile dikatakan ibu kepada segala retorik pada mulanya. Buku *Tolkappiyam* menjadi bukti kepada perkara ini. Perkembangan simile ini dapat diperlihatkan dalam *nannu:l* dengan adanya unsur metafora.

Idea retorik boleh digunakan dalam bentuk prosa mula wujud pada awal kurun kedua puluh. Setelah idea ini muncul ramai yang mula memperkembangkan pelbagai jenis retorik. Perkembangan ini dianggap sebagai sesuatu yang membina Bahasa Tamil seperti yang diperkatakan oleh Barathiyar dalam bukunya.

*CenRiTuvi:r eTTuttikum – kalaic
selvanggaL ya:vunG konathinggu ce:rppi:r
(maha:kavi pa:ratiya:r kavitaigal, 1999:7)*

Hal ini memberi gambaran awal bahawa Bahasa Tamil akan menerima unsur unsur pemodenan retorik pada masa akan datang.

2.4 Retorik Bahasa Iklan

Iklan yang menggunakan pelbagai retorik bahasa menarik minat pembaca dan pendengar. Seandainya bahasa retorik yang digunakan dalam sesebuah iklan tentu akan memikat atau memujuk seseorang untuk membeli sesuatu barang atau membawa perubahan dalam pemikiran seseorang.

Segala bentuk pujukan ini bermatlamat akhir untuk membentuk persepsi para pengguna, mengubah sikap mereka dan akhirnya mempengaruhi tindakan mereka (Nor Hayati, 2006). Maka bidang pengiklanan akan menggunakan pelbagai strategi terutamanya bahasa pengaruhan yang menarik untuk memikat hati pengguna. Indirawati (2007), mengaku yang bahasa yang baik merupakan keperluan yang penting untuk menyampaikan mesej pengiklanan.

Abdul Mua'ti (2008:90), menyifatkan bahasa pengaruhan perlu disampaikan mengikut struktur dan format yang betul. Hal ini disokong penuh oleh Asmah Omar (1992) dan menyenaraikan penggunaan bahasa dalam iklan mempunyai matlamat-matlamat tersendiri seperti yang berikut:

- a) Usaha membentuk persepsi para pengguna, mengubah sikap mereka dan akhirnya mempengaruhi tindakan mereka
- b) Mesej yang hendak disampaikan melalui iklan mempunyai berbagai-bagai strategi yang membawa ke arah pengaruh yang positif itu

Iklan adalah bidang retorik bahasa yang menarik dan juga boleh dikatakan sebagai bahasa pengaruh. Menurut Asmah Omar (1992), apabila membincangkan kaedah-kaedah retorik dalam iklan, bentuk-bentuk bahasa yang digunakan terdiri dari bentuk kata, frasa, klausa dan ayat penuh. Berdasarkan kepada pemaparan bahasa dalam iklan dan juga format iklan kita dapat mengatakan bahawa teks iklan itu boleh dibahagikan kepada tiga bahagian iaitu tajuk, penjelasan dan kesimpulan.

Nor Hani (1999) yang pernah mengkaji kesan pemujukan langsung *smart shop* mendapati retorik media dapat juga dikatakan sebagai suatu disiplin yang berkaitan dengan ilmu pembujukan dalam iklan yang berkesan. Hal ini bermaksud, kebolehan memikat perhatian khalayak dan membentuk pemikiran khalayak agar serupa dengan pemikiran seseorang pengurus program merupakan matlamat utama periklanan.

Noor Baithi (1988), melalui esainya 'retorik dalam bahasa pengiklanan', menyerlahkan aspek yang bertentangan dengan kesalahan dan pencemaran bahasa yang sering kali diutarakan, iaitu aspek kreativiti dan dinamisme dalam bahasa pengiklanan terutama daripada segi teknik-teknik retorik yang digunakan. Tujuan utama pengiklanan adalah untuk memujuk dan menarik perhatian khalayak sasaran supaya berfikir positif tentang idea yang ditawarkan. Disebabkan tujuan tersebut, bahasa dalam pengiklanan adalah alat komunikasi pemujukan.

Bahasa iklan penting untuk menarik minat khalayak maka, matlamat ini hanya dapat dicapai dengan menarik perhatian, pengekalan minat dan membantu ingatan. Noor Baithi (1988), mengaku bahawa bahasa iklan sebagai bahasa yang berisi atau padat. Maka perkataan-perkataan yang luar biasa dan bergaya (stilistik) serta ayat-ayat yang pendek dan pantas yang mudah diulangi dan diingati digunakan untuk mendapatkan

kesan ini. Ingatan kita juga dibantu melalui penggunaan jenama, cogan kata dan ungkapan-ungkapan menarik (*catch phrases*), irama dan rima, aliterasi, cebisan lagu atau puisi dan pengulangan (1988: 416).

Berdasarkan kepada pernyataan-pernyataan ini, jelas bahawa retorik bahasa iklan lebih merupakan suatu bentuk bahasa kreatif. Ayat pendek, mudah diulang, ungkapan-ungkapan menarik, stilistik, kreativiti dan dinamisma amat diutamakan.

2.5 Iklan Pemasaran Nilai Sosial (PNS)

Perkataan ‘iklan’ itu berasal dari bahasa Arab iaitu *i’lān* yang membawa maksud ‘khabar yang disiarkan’. Dalam Bahasa Malaysia, khabar lebih berperanan sebagai ‘khabar tentang sesuatu yang hendak disuguhkan, dipelawa, ditawarkan dan dijual’, (Asmah Omar, 1984:1).

Iklan boleh dibahagikan kepada dua jenis iaitu iklan perniagaan dan iklan pemberitahuan. Jenis iklan perniagaan dikaitkan dengan bidang perniagaan manakala iklan pemberitahuan bertujuan memberitahu tentang jawatan kosong, tender dan sebagainya (Asmah Omar, 1984). Satu lagi jenis iklan yang tidak mengharapkan keuntungan dan semata-mata mendidik warga pendengar secara keseluruhannya ialah iklan pemasaran nilai sosial (Sharifah dan Farah Hanini, 1996). Mohamad Md. Yusoff (2006) pula mendefinisikan iklan seumpama ini sebagai iklan pembangunan. Iklan ini diberi penjelasan bahawa....

‘the process of conscious, committed and systematic application of advertising principles, methods and techniques to help meet national development goals and objectives’.

Boleh membuat kesimpulan bahawa ketiga-tiga bentuk iklan yang disebut adalah sama. Iklan PNS merupakan sejenis iklan yang dirancang secara sedar yang berkonsepkan iklan komersial tetapi bermatlamat membantu dalam mencapai cita-cita nasional.

Iklan PNS dan kempen-kempen selepas akhir dekad 1960-an, membawa perubahan paradigma kepada masyarakat yang wujud dalam bentuk kempen pembangunan dan pembaikan sosial (Nor Hayati: 2006:195). Mohamad Md. Yusoff (2006) bersetuju dengan pendapat Nor hayati dan mendapati, Iklan PNS telah berubah wajah sebagai satu usaha yang sistematik ke arah pemupukan identiti nasional, perpaduan kaum dan pemangkin pembangunan sosio ekonomi. Usaha iklan PNS ini sewajarnya dilipatgandakan demi situasi dan iklim dunia periklanan di Malaysia tidak dipengaruhi oleh budaya kepenggunaan tetapi budaya pertanggungjawaban yang cukup penting (2006:11).

Iklan PNS merupakan iklan yang disiarkan dalam media cetak dan juga media elektronik. Iklan PNS bertujuan mengubah sikap dan perilaku manusia ke arah kehidupan yang lebih positif. Menurut Coulser Thomas 1985 (dalam Sharifah Mariam dan Farah Hanini: 1996:1), tujuan PNS adalah untuk mempromosikan idea-idea sosial yang menggalakkan sesuatu tindakan spesifik atau mempengaruhi sikap atau kepercayaan tentang sesuatu isu. Nor Hayati pula berpendirian bahawa kempen seumpama ini bertujuan untuk membangunkan kesedaran untuk keselamatan umum (2006:192).

Masyarakat jelata perlu diingatkan tentang perkara-perkara yang menjadi tanggungjawab individu yang mungkin 'dilupa'. Dalam situasi seumpama inilah PNS yang memaparkan iklan-iklan bernilai sosial menggunakan kaedah pemikat yang positif. Radio

mengendalikan jenis iklan ini setiap hari yang berkonsepkan penggunaan retorik yang indah. Radio yang bertujuan mendidik di samping menghibur, tidak lupa mengingatkan para pendengarnya tentang pelbagai perkara yang menjadi tanggungjawab sosial seseorang individu.

PNS yang bermatlamatkan mendidik ini, akan ke udara dalam media elektronik berulang kali setiap hari. PNS yang hanya memakan masa 30 saat sahaja menjadi satu slot pendek yang mempunyai tiga bahagian utama iaitu pendahuluan, badan dan penutup yang memberi pendedahan tentang nilai murni kepada pendengar atau penonton. Seperti yang dicadangkan oleh Awang Sariyan, 2007:85 dan Oka, 1976:11, wacana yang lengkap ialah wacana yang mempunyai ketiga-tiga bahagian di atas dan menjadi sesuatu wacana yang utuh.

Tambahan lagi, Awang Sariyan mengatakan PNS, menggunakan pelbagai teknik untuk menyampaikan mesej ini dengan berkesan kepada para pendengar. Strategi-strategi retorik yang lebih luas, kreatif dan berkesan mampu menyampaikan mesej kepentingan sosial dengan mudah.

2.5.1 Kepentingan Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial (PNS)

Media radio tidak berupaya dalam menyampaikan maklumat dengan arca-arca bergerak, adunan bunyi dan juga suara seperti yang ditayangkan oleh televisyen. Dalam ketandusan seumpama inilah pemilihan dan pemanipulasian bahasa sahaja (yakni gaya retorik) akan menjadi satu-satunya kelebihan radio dalam menyampaikan mesej di samping penggunaan latar muziknya. Penggunaan kata-kata yang bernas dapat menyemarakkan perasaan dan membawa perubahan dalam diri seseorang.

Radio berperanan sebagai teman setia untuk mendampingi tatkala seseorang mendahagikan kedamaian atau menenangkan fikiran. Penyampaian mesej kesedaran sosial adalah melalui retorik. Pendengar menggunakan imaginasi untuk membayangkan situasi yang dipaparkan. Keadaan ini akan mendorong individu itu bertindak mengikut keperluan masyarakat sedunia dan tidak menggunakan pegangan yang tersendiri.

PNS merupakan langkah bijak saluran media massa kerana iklan menjadi wahana pemupuk dan penyedar masyarakat akan kepentingan pembangunan. Menurut Sharifah Mariam dan Farah Hanini (1996:3), tidak keterlaluan untuk mengatakan iklan-iklan ini bertindak sebagai saluran halus untuk memujuk dan mengalihkan pandangan bangsa Malaysia ke arah satu wawasan.

Menurut Teo (2002:16), 'bidang penyiaran merupakan kuasa yang mampu menghasilkan dan menyebarkan makna sosial' iaitu berupaya menentukan corak pemahaman dan seterusnya hala pemikiran para audiens sasarannya tentang peristiwa-peristiwa dunia melalui penyampaiannya tentang peristiwa berkenaan. Perkara ini berjaya dilaksanakan melalui bahasa yang digunakan.

Menurut Nor Hayati (2006:197), selain mempromosikan produk, kempen juga direka dan dibangunkan bagi menangani sesuatu isu, menyelesaikan masalah atau memperbetul dan memperbaiki keadaan. PNS juga bertindak sebagai wahana pencetus kesedaran dalam kalangan masyarakat. Iklan-iklan PNS yang lazimnya dikeluarkan seperti gelaja pembuangan sampah, kesihatan diri dan keselamatan jalan raya mendatangkan kebaikan kepada inividu berkenaan.

Sebagai contoh, warganegara sihat merupakan aset penting untuk membangunkan sesebuah negara. Ekoran itu, iklan adalah pilihan terbaik bagi menyemai sikap positif mengenai kesihatan dalam kalangan rakyatnya. Contohnya menderma organ adalah sikap mulia yang harus dimiliki semua warga Malaysia. Pemaparan PNS ini menyebabkan wujud kesedaran menyertai aktiviti menderma organ. Gejala pengambilan gula yang berlebihan juga turut ditegur melalui iklan PNS kerana memudaratkan kesihatan.

Kronologi dalam menyampaikan maklumat PNS juga penting untuk memastikan mesej dapat disampaikan dengan sebaiknya. Pada masa yang sama gaya bahasa juga memainkan peranan penting bagi menarik perhatian golongan sasaran. Tidak keterlaluan jika dikatakan gaya bahasalah yang menentukan kejayaan dan keberkesanan sesuatu iklan. Gaya bahasa yang unik dan menarik lebih mudah diingati dan menjadi sebutan ramai.

Kempen iklan di Malaysia memperjelaskan betapa proses komunikasi pemujukan memainkan peranan penting dalam usaha pembangunan negara. Menurut Mohamad Md. Yusoff (2006), sejak 1972, kempen iklan telah berubah wajah sebagai satu usaha yang sistematik lagi teratur ke arah pemupukan identiti nasional, dan pemangkin pembangunan sosioekonomi.

Beliau juga mengajukan satu persoalan tentang “apakah pihak kerajaan sahaja yang terlibat dalam *social engineering* ini?”. Beliau mengharapkan sektor swasta dan NGO juga turut menyumbang dalam aktiviti bersifat ‘*national fair*’ ini. Indirawati (2007:6), berpendirian bahawa tidak keterlaluan jika dikatakan bahawa bahasa retorik penting

disebabkan ‘cara yang paling berkesan’ untuk mencapai sesuatu tujuan semasa berkomunikasi.

Seruan Mohamad Md. Yusoff (2006), secara tidak langsung telah didukung dengan sebaiknya oleh saluran radio THR Raaga melalui PNSnya. Bahasa lisan digunakan dalam program PNS THR Raaga. Gorys Keraf, 2000, berpendapat bahasa lisan berpotensi mencapai jumlah sasaran yang lebih luas apabila disiarkan melalui media radio dan televisyen. Dengan ini jelas bahasa lisan radio THR Raaga dapat mencapai peminat yang jauh lebih ramai. Tambahan lagi, keupayaan mendengar siaran radio ini melalui saluran internet, membawa kepada keupayaan “menemui” masyarakat sedunia tanpa sempadan.

PNS ini akan ke udara tiga hingga empat kali dalam sejam. Pada kebiasaannya, PNS ini senantiasanya ke udara pada waktu-waktu iklan komersial ke udara. PNS ini akan diselitkan antara iklan-iklan. Tiada waktu khas yang ditetapkan untuk PNS ini ke udara. Namun strategi saluran radio THR Raaga ini memang dapat menemui semua pendengar radio ini kerana ia senantiasanya ke udara di antara program-program perdana.

Tema-tema episod ini diambil daripada isu sebenar yang kerap berlaku dalam kalangan masyarakat terutamanya masyarakat India. Isu itu kemudiannya diberi satu bentuk dan situasi sebenar lalu dilakonkan. Satu hingga lima orang melakonkan setiap episod. Episod ini bermotif utama menyampaikan masalah kini, kesan permasalahan dan cadangan-cadangan pembaikan. Motif utama dapat mencapai sasaran pendengar kerana diiringi gaya retorik yang menarik. Menurut penerbit, antara gaya retorik yang menjadi pilihan THR Raaga ialah, pengulangan, suara latar, ringkas dan padat, berunsur jenaka dan disampaikan dengan cara bersahaja.

Zoriati (2005) berpendapat tujuan utama pemujukan adalah untuk mengubah pemikiran seseorang tentang dirinya sendiri, orang lain, peristiwa dan sesuatu isu. Penerbit PNS ingin pendengar menerima sesuatu idea yang baru, mengubah kepercayaan atau menghapuskan sesuatu kepercayaan. Pendapat Zoriati amat berpadanan dengan PNS yang ke udara dalam THR Raaga.

2.6 Teori Retorik Oleh Corbett and Connors, (1971-1999)

Teori retorik Corbett lahir berasaskan kepada teori klasik. Beliau telah menggunakan teori retorik klasik untuk memanfaatkan generasi baru yang ingin meneliti retorik dengan lebih mendalam.

Beliau telah mengkaji gaya retorik sejak tahun 1971 dan telah mengembangkannya sehingga tahun 1999. Usaha beliau ini telah dibantu oleh Connors. Corbett dan Connors, membahagikan '*figures of speech*' kepada dua bahagian yang utama iaitu skema (scheme) dan majas (tropes).

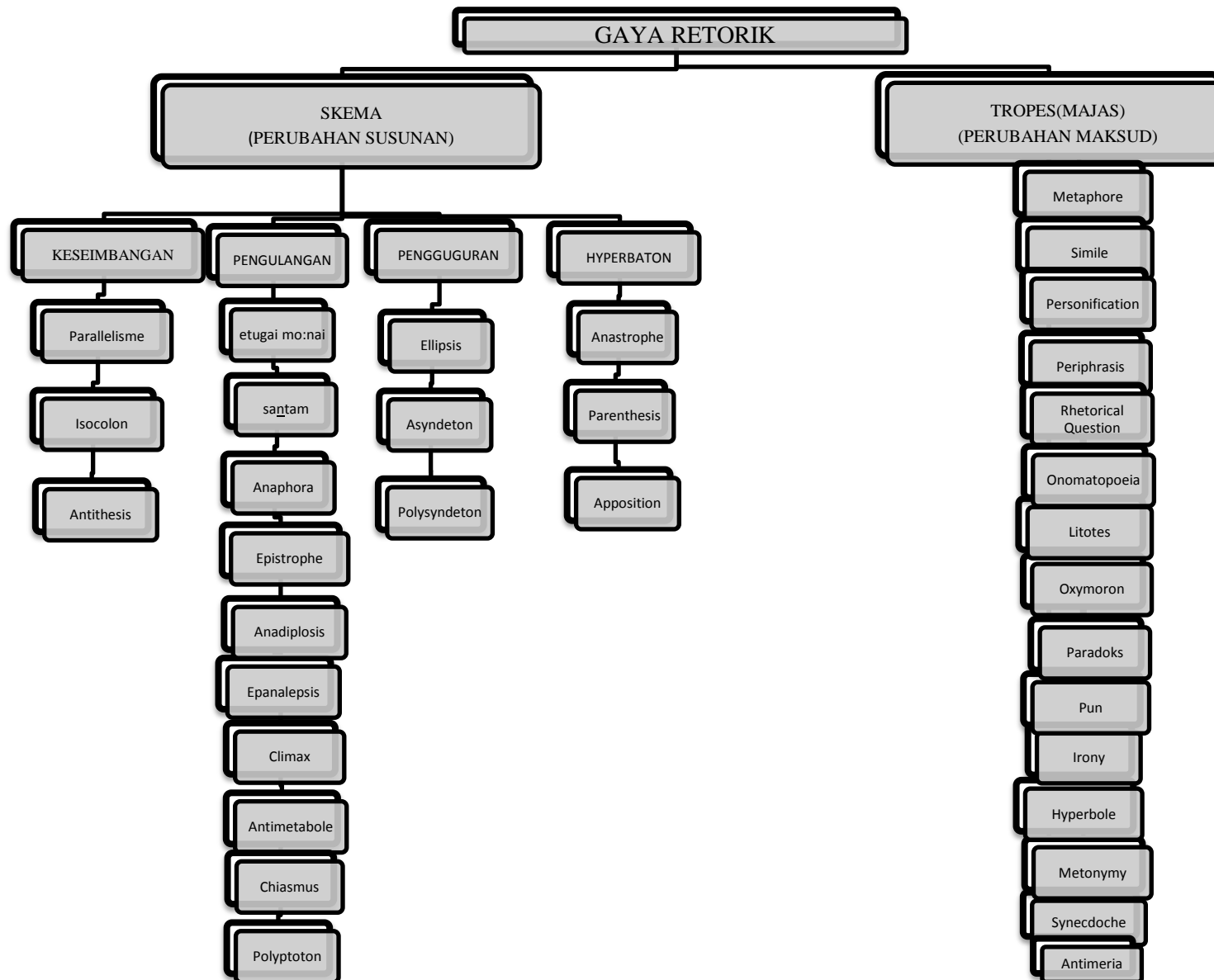
Dalam bahasa Latin '*afakulti elocution*' merupakan skema yang bermaksud bentuk. Skema senantiasa melibatkan perubahan dari segi bentuk ayat dan susunan perkataan. Selain itu, skema juga melibatkan perubahan dalam ejaan dan bunyi perkataan yang terhasil dengan cara menambah atau mengurangkan huruf atau suku kata. Menurut (Corbett,1971:461), '*scheme involves a deviation from the ordinary pattern or arrangement of words*' (skema melibatkan suatu penyimpangan dari pola atau susunan perkataan yang biasa).

Majas (juga digelar sebagai tropes) bermaksud *involves a deviation from the ordinary and principal signification of a word* (Corbett,1971:461) (melibatkan suatu penyimpangan dari maksud yang biasa atau asas sesuatu perkataan). Abu Hassan Abdul (2007:166) juga sependapat tentang perkara ini iaitu majas berperanan mengubah atau memalingkan maksud.

Corbett berpendapat bahawa kedua-dua tropes mahupun skema melibatkan perubahan. *'Both types of figures involve a transference of some kind : a trope, a transference of meaning; a scheme, a transference of order'* (1971:461) (kedua-dua jenis retorik melibatkan suatu pemindahan: majas perubahan makna dan skema perubahan susunan/ketertiban).

Kerangka kajian ini diadaptasi kerana Bahasa Tamil mempunyai perbezaan dari segi vokal dan konsonan jika dibandingkan dengan Bahasa Inggeris. Dalam Bahasa Tamil, *etugai mo:nai* akan melibatkan huruf pertama dalam perkataan sebagai *mo:nai* dan huruf kedua dalam perkataan sebagai *etugai*. Pengulangan kata dengan rima dan irama yang sama dikatakan sebagai *santam*. Maka dibawah skema pengulangan, aliterasi dan asonansi digugurkan pengkaji dan sebaliknya ditambah dengan *etugai mo:nai* dan *santam*. Kerangka kajian ini dijelaskan seperti yang berikut.

Skema pula melibatkan 4 bentuk utama iaitu keseimbangan, pengulangan, pengguguran, dan hiperbaton.



Carta 2.1 Kerangka Kajian Corbett & Connors (yang diadaptasi, 1999)

2.6.1 Keseimbangan (construction)

Keseimbangan bermaksud perubahan bentuk atau susunan kata yang menghasilkan kesan makna yang berbeza. Setiap kategori diberi contoh dalam Bahasa Inggeris, Bahasa Malaysia dan Bahasa Tamil untuk memberi gambaran yang jelas. Terdapat tiga bentuk keseimbangan iaitu parallelisme, isokolon dan antithesis.

a) Parallelisma (*parallelisme*)

Parallelisma merupakan kesamaan struktur siri kata-kata, frasa atau klausa dalam sesuatu ayat.

Contoh:

i) *He tried to make the law clear, precise, and equitable .*

(Corbett and Connors, 1999:381)

ii) Masalah yang dialami oleh pekedai kecil di Kedah, Perak, Perlis dan Kelantan sungguh serius.

iii) *selvan, ma:, pala: maRRum va:laiyai virumbi uNba:n.*

b) Isokolon (isocolon)

Isokolon bermaksud wujud elemen yang mempunyai kepanjangan yang sama.

Contoh:

i) *His purpose was to impress the ignorant, to perplex the dubious, and to confound the scrupulous.*

(Corbett and Connors, 1999:382)

ii) Dia suka **bekerja dengan lebih** tekun, **belajar dengan lebih** berdisiplin, dan **berdoa dengan lebih** baik.

iii) *valka nirantram, valka tamilmo:li va:liya va:liyave:*

c) **Antitisis (antithesis)**

Usaha mengatur idea-idea yang bertentangan dan berlawanan erti.

Contoh:

i) *Those who have been left out, we will try to bring in Those left **behind** we will help to **catch up**.*

(Corbett and Connors, 1999:383)

ii) Dia menangis atas kegembiraanku.

iii) *katiravan to:nRitayu: a:kaiya:l pani maRaintatu*

2.6.2 Hiperbaton (*Schemes of unusual or inverted word order Hyperbaton*)

Hiperbaton merupakan satu strategi penyusunan perkataan yang menyimpang daripada aturan yang lazim. Terdapat tiga gaya hiperbaton iaitu aposisi, anastrop dan parantesis.

d) Aposisi (apposition)

Aposisi merupakan cara penyusunan sebelah menyebelah dua elemen yang berkaitan.

Biasanya elemen yang kedua akan berfungsi sebagai penjelasan bagi elemen pertama.

Contoh:

- i) *John Morgan, the president of the sons of the Republic, could not be reached by phone.*

(Corbett and Connors, 1999:385)

- ii) Kuil itu rumah Tuhan, tempat manusia sujud untuk menunjukkan pengabdian mereka kepadaNya.

- iii) *ra:ma paktana:ne anuman paktikku, nikar ya:rum elar.*

e) Anastrop (anastrophe)

Anastrop merupakan susunan kata yang biasa bertujuan memberi penekanan.

Contoh:

- i) *People that he had known all his life he didn't really know.*

(Corbett and Connors, 1999:384)

- ii) Keinginannya untuk makan sehingga dia tidak tahu apa makanan yang diinginkan untuk dimakan.

f) Parantesis (parenthesis)

Parantesis bermaksud penyisipan beberapa unit verbal yang mencelah urutan ayat biasa.

Contoh:

- i) *But wherein any man is bold – I am speaking foolishly – I also am bold.....Are they ministers of Christ? I- to speak as a fool – am more.*

(Corbett and Connors, 1999:384)

- ii) Saya akan tetap tinggal di bilik itu sampai akhir bulan Februari ini, kerana – seperti yang diketahui Mimi – saya sudah membayar sewanya.

2.6.3 Pengguguran (*schemes of omission*)

Pengguguran merupakan satu gaya retorik yang sengaja menggugurkan kata hubung dan tanda baca. Terdapat tiga bentuk pengguguran iaitu ellipsis, asindeton dan polisindeton.

g) **Ellipsis (ellipsis)**

Ellipsis merupakan satu gaya retorik menggugurkan secara sengaja kata atau beberapa kata yang boleh dibayangkan oleh konteks.

Contoh:

- i) *As with religion, so with education. In colonial New England, education was broad based, but nevertheless elitist; and in its basic assumptions, intellectualist.*

(Corbett and Connors, 1999:387)

- ii) Kembang, bawal dan tenggiri habis ditangkap nelayan pagi tadi.

- iii) *unakku kudikka ne:r veNDuma? a:m.*

h) Asindeton (asyndeton)

Asindeton merupakan pengguguran kata hubung antara klausa-klausa yang berhubungan.

Contoh:

i) *I come, I saw, I conquered.*

(Corbett and Connors, 1999:387)

ii) Saya datang, saya lihat, saya takluk.

iii) *na:n vanta:n, na:n kaDDen, na:n VenRe:n.*

i) Polisindeton (polysyndeton)

Polisindeton merupakan penggunaan kata hubung yang berlebihan.

Contoh:

i) *This semester I am taking English **and** History **and** Biology **and** mathematic **and** sociology **and** physical education.*

(Corbett and Connors, 1999:388)

ii) Kalau aku menangis **dan** marah-marah **dan** tidak lekas dipujuk, aku merajuk, pergi ke sudut rumah **dan** menangis di sana, sampai tertidur.

(Abu Hassan Abdul, 2007:308)

iii) *na:n epparuvattil, a:ggilamum, kaNitamum, aRiviyalum, po:ko:Lamum edutuppadikka ulle:n..*

2.6.4 Pengulangan (*Schemes of Repetition*)

Pengulangan bermaksud, mengulang kata atau frasa yang menghasilkan kesan makna, nada dan bunyi yang puitis, berirama atau pelbagai.

j) **Anafora (anaphora)**

Anafora merupakan pengulangan perkataan yang sama pada permulaan klausa.

Contoh:

i) ***The Lord** sitteth above the water floods .**The Lord** remainth a king forever.*

***The Lord** shall give strength unto his people.*

(Corbett and Connors, 1999:390)

ii) **Aku** cari kamu di kantin. **Aku** cari kamu di kelas. **Aku** cari kamu di padang.

Aku tetap gagal menemui kamu.

iii) ***avan** senRan: **avan** kaNtan: **avan** venRan.*

k) **Epsitrop (epistrophe)**

Epsitrop menunjukkan pengulangan kata-kata yang sama pada akhir klausa.

Contoh:

i) *I'll have **my bond!** Speak not against **my bond!***

*I have sworn an oath that I will have **my bond!***

(Corbett and Connors, 1999:391)

ii) Dia tidak **ketawa**. Tidak mahu **ketawa**. Tidak teringin untuk **ketawa**.

- iii) *valntu pa:kka veNDum,*
ulakil manitana:ka veNDum,
ke:li seiyum manatai kaNDal kiLLi vi:sa veNDum.

l) Epanallepsis (epanalepsis)

Epanalepsis merupakan gaya pengulangan kata pada akhir satu klausa yang sama pada awal klausa.

Contoh:

- i) *Business **forms** are as various as people **forms**.*

(Corbett and Connors, 1999:392)

- ii) **Dia** terus berusaha untuk meraih cita-cita **dia**. **Dia** tetap akan berjaya kerana usahanya itu.

- iii) *unna:l avanai vella **mudiyum**. **mudiyum** enum sollle unakku veRRiyait tarum.*

m) Anadiplosis (anadiplosis)

Anadiplosis menggunakan pengulangan kata akhir dalam klausa pada permulaan klausa yang seterusnya.

Contoh:

- i) *The crime was **common**, **common** be the pain.*

(Corbett and Connors, 1999:393)

- ii) Kita yang hidup ini benar-benar **menumpang**, **menumpang** di bumi Allah.

n) Klimaks (climax)

Klimaks merupakan gaya retorik penyusunan kata, frasa atau klausa dalam urutan kepentingan meningkat.

Contoh:

i) *Renounce my love, my life, myself and you.*

(Corbett and Connors, 1999:393)

ii) Semoga hari ini, esok, lusa, tulat, tubin serta sepanjang hidupnya dipenuhi kebahagiaan.

iii) *nam valvil ma:ta:, pita:, guru, teivam enum varicai miga-miga mukkiyama:natu.*

o) Antimetabole (antimetabole)

Gaya antimetabole merupakan pengulangan kata-kata dengan aturan tatabahasa yang terbalik dalam klausa yang berturutan.

Contoh:

i) *Ask not what your country can do for you; ask what you can do for your country*

(Corbett and Connors, 1999:394)

ii) Kitab-kitab yang tidak menarik hati kaum ulama, itulah yang menarik hatinya.

(Abu Hassan Abdul, 2007:303)

iii) *naTu enna seitatu namakku ena ke:LvikaL ke:Tpatu etaRku?*

ne: enne seiTai ataRku ena ninaittal nanmai unakku.

p) Kiasmus (chiasmus)

Kiasmus merupakan kebalikan struktur tatabahasa dalam frasa atau klausa. Hal ini tidak melibatkan pengulangan kata seperti antimetabole.

Contoh:

i) *It is hard to make money, but to spend it is easy.*

(Corbett and Connors, 1999:395)

ii) Dia membenarkan yang salah dan menyalahkan yang benar.

iii) *Ram enRum veRRumaiyil oRRumai kaNbatil siRantavan.*

q) Poliptoton (polyptoton)

Poliptoton merupakan pengulangan perkataan yang asalnya daripada kata akar yang sama.

Contoh:

i) *Let me assert my firm belief that the only thing we have to **fear** is **fear itself**.*

(Corbett and Connors, 1999:395)

ii) Sesungguhnya Tuhan itu **indah** dan mencintai **keindahan**.

iii) *na:n ninaitta:l o:Dum varai o:Duven.*

Gaya retorik Majas (tropes)

Majas atau tropes berperan untuk mengubah atau memalingkan maksud. Menurut Corbett (1971), figure of speech (majas), adalah penyimpangan daripada kebiasaan makna atau prinsip sesuatu kata. Terdapat 17 jenis majas yang dicadangkan oleh Corbett dan Connor (1999).

a) Sinekdot (*synecdoche*)

Sinekdot merupakan ‘sebahagian mewakili keseluruhan’.

Contoh:

i) *species substituted for the genus: bread for food, cutthroat for house.*

(Corbett and Connors, 1999:397)

ii) **Semua** orang berkumpul di hadapan Dewan Tuanku Cancellor, Universiti Malaya.

iii) *anaittu ma:Nava maNikaLum ingge varungkal.*

b) Metonomi (metonymy)

Metonomi merupakan satu gaya retorik yang merujuk kepada penggantian sifat-sifat dengan perkataan yang tepat untuk menggantikan sesuatu maksud.

Contoh:

- i) *crown for royalty, mitre for bishop, wealth for rich people, brass for military officers, bottle for wine, pen for writers.*

(Corbett and Connors, 1999:398)

- ii) Saya menanyakan rumah kamu, dan saya mengetahui bahawa mereka memanggil kamu 'Si Kepala'.

- iii) *anta kuttuc candaiyil Malaysia venRatu.*

c) Periparisis (*periprasis*)

Periparisis merupakan penggantian perkataan atau frasa untuk sesuatu kata nama bertujuan untuk menjamin kualiti.

Contoh:

- i) *When you're out of **Schlitz**, you're out of **beer**.*

(Corbett and Connors, 1999:402)

- ii) Ingat '**oreo**' ingat **biskut**.

d) Metafora (*metaphor*)

Metafora merupakan satu gaya perbandingan antara dua perkara yang berlainan sifat tetapi mempunyai sesuatu persamaan.

Contoh:

i) *On the final examination, several students went down in **flames**.*

(Corbett and Connors, 1999:396)

ii) Kamila terbayang akan pelaminnya **yang bersulamkan bunga sengketa**.

iii) *makkal **manam enum nilattil anbu enum payirai** vaLarttal ve:Ndum.*

e) **Simile**

Simile merupakan satu gaya bahasa perbandingan secara langsung antara dua perkara yang dari segi fitrahnya tidak serupa, tetapi mempunyai suatu persamaan.

Contoh:

i) *He had a posture **like** a question-mark.*

(Corbett and Connors, 1999:396)

ii) Persahabatan mereka begitu intim bagai **isi dengan kuku**.

iii) *paLerenRu minnal minni maRaivatu **po:lep** patmavin mugam kambikalukkup pin to:nRi maRaintatatu.*

f. **Personifikasi (personification)**

Personifikasi adalah gaya retorik yang menerangkan objek bukan manusia dengan sifat manusia.

Contoh:

- i) *The **handsome houses** on the street to the college were not fully awake, but the looked very friendly.*

(Corbett and Connors, 1999:402)

- ii) Deringan **telepon menjerit lantang**, menyebabkan Vani menyentak daripada lamunannya.

- iii) *paTTaNattukkuk ko:Ttaiyil kaTTappaddirunta koTikal arjunanai, 'varuga varuga' enRu alaippatu po:le a:Tikkondiruntana.*

g. Hiperbola (hyperbola)

Hiperbola merupakan penggunaan istilah yang membesar-besarkan sesuatu hal atau keadaan.

Contoh:

- i) *My left leg weighs three tons.*

(Corbett and Connors, 1999:403)

- ii) Hujan lebat semalaman mampu membasahi bumi ini.

- iii) *me:kanggal tanggi uRangkumpadiya:na ko:TTai matilil uraintu so:riyanum udal sivantu viTTatu.*

h. Ironi (irony)

Ironi merupakan satu gaya bahasa retorik yang mempunyai maksud bertentangan. Irony, ‘*use of a word in such a way as to convey a meaning opposite to the literal meaning of the word*’ (1999:405)

Contoh:

i) *For Brutus is an **honourable** man; So are they all, **honourable** men.*

(Corbett and Connors, 1999:405)

ii) Sungguh merdu suara kamu, sampai sakit kuping saya.

iii) *kulir 100 degree.*

i) Oksimoron (oxymoron)

Oksimoron merupakan gaya bergandingan dua kata atau yang secara lazimnya bersifat bertentangan.

Contoh:

i) *Here’s much to do with hate, but more with love.*

(Corbett and Connors, 1999:407)

ii) Aktiviti mendaki gunung memang menarik tetapi sangat berbahaya.

iii) *malai e:Rum muyaRci makilcci aLittalum, a:pattanatu.*

j) Litotes (litotes)

Litotes merupakan gaya penggunaan dengan cermat kenyataan yang tidak lengkap. Tujuannya, bukan untuk menipu sesiapa tetapi untuk meninggikan martabat tentang apa yang diperkatakan.

Contoh:

i) *I am a citizen of no mean city.*

(Corbett and Connors, 1999:404)

ii) Segala bantuan yang kami berikan, memang tidak bererti buat kamu.

k) Onomatopia (onomatopoeia)

Onomatopia merupakan penggunaan perkataan yang bunyinya meniru makna perkataan tersebut.

Contoh:

i) *The birds chirped away. **Fweet, Fweet, Bootchee-Fweet.***

(Corbett and Connors, 1999:407)

ii) **Pang...** buat kali pertama, tanpa sebarang amaran, tapak tangan Meena melekap pada pipi Samuel.

iii) *sale sale enum o:Tum nati pala artanggaL ku:Ric sellum.*

l) Soalan Retorik (rhetorical question)

Soalan retorik merupakan satu gaya pertanyaan yang bertujuan untuk menegaskan atau menolak sesuatu secara serong tetapi bukan untuk mendapatkan jawapan.

Contoh:

- i) *A good student –body is perhaps the most important factor in a great university.
How can you possibly make good wine from poor grapes?*

(Corbett and Connors, 1999:405)

- ii) Inikah yang kamu maksudkan sebagai bekerja?

- iii) *nalla marattil pulluruvi pa:yntal, marattaiye: sa:itu vidum. ne:ngal pulluruvi
agala:ma:?*

m) Antimeria

Antimeria merujuk kepada penggantian kata dengan golongan kata yang lain. Tujuannya adalah untuk menyebut sesuatu perkara dengan lebih bersopan-santun.

Contoh:

- i) I'll **unhair** the head.

(Corbett and Connors, 1999:400)

- ii) **Orang rumahnya** begitu bertimbangrasa sehingga Azlan mampu melakukan aktiviti luarannya dengan sempurna.

- iii) *anta nalla manitar, tanatu aRubata:vatu vayatil sivalo:ga patavi eytina:r.*

n) Paradoks (paradox)

Paradoks bermakna kenyataan yang nampaknya bercanggah, namun mengandungi ukuran kebenaran.

Contoh:

i) Art is a form of lying in order to tell the truth.

(Corbett and Connors, 1999:408)

ii) Zurina yang baru masuk ke kampus itu berada dalam kesepian di tengah ramai.

iii) *onnnukkonnun tuNai irukkum ulakatile, anbu onnuta:n ana:taiya:?*

o) Pun (puns)

Pun merujuk kepada gaya retorik yang mempunyai sindiran yang tajam dengan menggunakan tiga gaya iaitu paronomasia, silepsis dan antanaklasis.

Paronomasia (*paronomasia*) merupakan permainan kata-kata seperti mengulangi perkataan dalam makna yang berbeza atau menggunakan perkataan yang bunyinya seakan sama tetapi mempunyai makna yang berbeza.

Contoh Paronomasia

i) *Independence is what a boy feels when all he wants from father is to be left a loan.*

(Corbett and Connors, 1999:399)

ii) Kamu nampak **kemas**, kalau kamu pakai **barang kemas**.

iii) *milaka:it te:Ti vanta vascodakama nam talaiyile milaka:I arattuc cenduLLar.*

Silepsis (*syllipsis*) merupakan penggunaan kata-kata yang difahami secara berbeza dalam hubungan dengan dua atau lebih kata-kata lain yang membinanya.

Contoh Silepsis

i) *Who was the first to **wrap up** a case: Scotland Yard or Alexander Gordon?*

(Corbett and Connors, 1999:400)

ii) Siapa hendak gulung dahulu, pihak jejaka atau si gadis?

Antanaklasis (*antanaclasis*) pula adalah sebuah kata dihubungkan dengan dua kata dalam sebuah ucapan yang memberi kesedaran yang berbeza.

Contoh Antanaklasis:

i) *If we don't **hang** together, we'll **hang** separately.*

(Corbett and Connors, 1999:399)

ii) Amin **mengemaskan** biliknya di tingkat atas sementara pencuri **mengemaskan** semua barang-barang berharga di ruang tamunya.

iii) *irano:Ru tarukiRen enRaye?
Iru, no:Ru tarukiRen enRen.*

Kerangka kajian ini akan digunakan untuk menganalisa data di Bab 4.

2.7 Kajian-Kajian Yang Berkaitan Dengan Retorik

Banyak kajian telah dijalankan berkaitan dengan retorik, bahasa yang digunakan dalam rancangan radio, gaya bahasa retorik dan iklan PNS. Bahagian ini akan menganalisa dapatan kajian yang pernah dijalankan yang berkaitan dengan kajian ini.

Amida (1995), mendakwa bahawa etika Melayu yang penyayang, sensitif dan bertimbangrasa, dapat dikesan daripada retorik Melayu yang menjadi idea dan budaya masyarakat Melayu setiap hari. Retorik menunjukkan martabat budaya Melayu yang prihatin terhadap keharmonian untuk semua ahlinya (1995:2).

Menurut Amida lagi, usaha untuk menerapkan nilai-nilai murni ini bukanlah sesuatu yang mudah kerana latihan dan amalan yang berterusan amat perlu dilaksanakan untuk membiasakan seseorang dengan perilaku yang baik dan sopan sehingga dia dapat mengamalkan perangai yang mulia.

Chun (2006) seolah-olah sependapat dengan Amida (1995), bahawa budaya dapat dibentuk berdasarkan amalan yang berterusan. Chun (2006:446), daripada kajiannya, 'doublespeak dalam pemberitaan media massa' mendapati penggunaan bahasa dalam media massa pada zaman moden ini sangat mustahak untuk membina budaya masyarakat yang sihat dan bertamadun. Bahasa yang digunakan merupakan suatu bentuk gubahan yang sengaja dilakukan bagi menggambarkan maksud tertentu. Pada hakikatnya, unsur itu mendorong kita untuk memikirkan gambaran atau nilai sebenar budaya yang diamalkan oleh sesebuah masyarakat.

Asmah Omar (2009), yang mengkaji karya-karya Za'ba, mendapati prinsip retorika Za'ba dapat dikenalpasti pada gabungan antara 'analisis' dengan 'bahasa' yang digunakan. Menurut Asmah Omar, rencana yang dikarang oleh Za'ba memperlihatkan penggunaan kuasa intelek serta kemahiran menggunakan bahasa yang tinggi dan indah. Jika ada yang satu dan tidak ada yang satu lagi, barangkali yang dihasilkan bukan rencana, tetapi hanya catatan fikiran yang timbul secara tidak teratur. (2009:58).

Dalam mengemukakan retorik Za'ba, Asmah Omar berpegang kepada pendirian bahawa cara menganalisis itu juga patut dianggap sebagai sebahagian dari seni memujuk. Analisis itu haruslah menarik dan dipersembahkan dalam gaya paparan yang menarik pula.

Asmah Omar (2009) menyifatkan bahawa, Za'ba (Ilmu Mengarang Melayu, 1934) menyusun kaedah dan prinsip retorik dalam satu jilid khusus. Prinsip retorik yang dikemukakan oleh Za'ba mendahului lebih daripada 30 tahun maksim Grice yang menjadi rujukan standard dalam kajian pragmatik dan analisis wacana. Hal ini menunjukkan bahawa retorika Za'ba tidaklah terbatas pada penggunaan bahasa sahaja tetapi juga wujud dalam cara menganalisis dan memapar idea.

Chuah (1998) mengkaji 'bahasa istimewa' yang terdapat di dalam iklan cetak. Analisis kajian ini adalah mengenai retorik dengan tumpuan kepada aspek linguistik dan fungsi-fungsinya. Perbincangan ditumpukan kepada unsur-unsur perkataan, frasa, ayat dan bahasa kiasan dengan memberi tumpuan kepada unsur etos dan patos.

Menurut pengkaji ini, penyampaian maklumat yang sempurna tidak semestinya berjaya menjalankan tugasnya jika cara penyampaiannya tidak menarik. Dengan itu kehadiran retorik amat dialu-alukan.

Hasil kajian Chuah (1998) menunjukkan bahawa kata–kata penguat, kata ganti diri dan kata hubung mampu memainkan peranan pujukan. Bahasa kiasan pula seperti pengulangan, parallelisme dan aposisi mampu memanfaatkan unsur pujukan. Hal ini disokong oleh Cartcarth,1982:67 (dalam Chua, 1998), yang mengatakan, '*people moved by language which has pleasing rhythmic qualities. It makes communication pleasing and stimulating rather than ordinary and boring*'. Secara keseluruhannya kajiannya mendapati penggunaan bahasa yang berkesan mampu memujuk khalayak untuk bertindak.

Look (1997) pula telah mengkaji tentang retorik dalam penjualan insuran. Pengkaji ini mendapati walaupun retorik bukan bidang insuran, namun kehadiran ilmu retorik membantu seseorang untuk menjual polisi insurannya. Look menggunakan prinsip kerjasama Grice dan kesopanan yang diutarakan oleh Leech, 1983 sebagai kerangka kajiannya. Kajian Look ini penting dijalankan untuk melihat kuasa yang ada pada bahasa dan fungsi yang dimainkan oleh retorik sehingga dapat meletakkan industri insurans berkembang dengan pesatnya.

Kajian ini boleh dijadikan landasan kepada kajian-kajian lain yang berkaitan dengan retorik dan insuran. Pelbagai persiapan perlu disempurnakan oleh jurujual demi menggunakan bahasa pemujukan insuran sebelum menemui pelanggan. Walaupun bahasa memainkan peranan penting, namun konsep kualiti amat diutamakan dalam bidang insuran ini.

Kamila (1999) dan Lee (2001) telah meneliti ucapan-ucapan Dr. Mahathir Mohd dalam kajian masing-masing. Kamila (1999) mendapati isu-isu sosial boleh difahami melalui bahasa. Penyelidikan dibuat berdasarkan teori yang dicadangkan oleh Norman Fairclough. Penyelidikan ini juga merangkumi idea-idea bidang retorik. Penutur yang dikaji (Dr. Mahathir Bin Mohd) menggunakan banyak strategi untuk berbagai tujuan dalam konteks sosio ekonomi dan politik yang berlainan.

Ciri-ciri khusus dalam wacana memaparkan keinginan untuk merapatkan hubungan dengan masyarakat. Hasil kajian juga menunjukkan bahawa ucapannya mempunyai ciri-ciri *heterogenous* (kreatif) dari awal 1980an hingga 1990an. Keutamaan teks ucapannya berada pada kuasa dan autoriti dalam semua situasi.

Lee (2001), telah menggunakan kerangka analisis wacana yang bertunjangan model analisis wacana Grimes. Teknik-teknik retorik yang dimanfaatkan dalam teks ucapan Dr. Mahathir menjadi bahan kajian utama. Dapatan kajian ini menunjukkan unsur-unsur seperti penerangan, penerangan secara beranalogi, pemujukan, teknik pertanyaan retorik, pertanyaan alternatif, dan pertanyaan jenis provokatif telah banyak dimanfaatkan oleh Dr. Mahathir Mohd dalam ucapan beliau.

Mikael (2008) dalam karangannya *persuading the public: a linguistic analysis of Barack Obama's speech* telah meneliti pemanipulasian bahasa oleh Presiden Amerika Syarikat. Dalam karangan ini Mikael (2008), telah mengkaji bagaimana Barack Obama telah menggunakan bahasa dengan sebaiknya untuk memujuk para pendengarnya. Beliau juga mendapati retorik bentuk pemujukan telah digunakan oleh Barack Obama yang berdasarkan pada gaya Aristotle iaitu ethos, patos dan logos. Keputusan kajian menunjukkan bagaimana Barack Obama memberi tekanan kepada ketiga-tiga unsur

ethos, patos dan logos sehingga penggunaan bahasanya dianggap sebagai bentuk retorik pemujukan.

Lim (2007), yang menganalisa retorik politik Bush pula mendapati ucapan Bush banyak dicorakkan oleh saranan bahasa emosi. Bahasa emosi dimanfaatkan oleh beliau dengan sebaiknya untuk membuatkan rakyat Amerika berada dalam ketakutan berikutan tragedi 11 September 2001. Bush melalui retoriknya menggambarkan bahawa beliau adalah satu satunya wira penyelamat yang mampu melindungi rakyat Amerika daripada suasana ketakutan itu.

Sobariah (2008) telah menjalankan satu kajian dengan menggunakan teori retorik sebagai asas kajian. Teori Retorik Moden yang dikembangkan oleh Enos dan Brown, menjadi kerangka konsep kajian ini. Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti jenis, struktur dan gaya retorik dalam novel-novel Abdullah Hussain.

Dapatan kajian menunjukkan bahawa jenis retorik seperti naratif, ekspresif, persuasif, eksposisi dan argumentatif telah digunakan dengan berkesan dalam novel-novel Abdullah Hussain. Selain itu, gaya retorik seperti pengulangan, perbandingan, pertentangan dan gaya pertautan diolah dengan baik oleh penulis novel ini.

Gaya bahasa seperti simile, metafora, alegori, personifikasi, perifrasis, polisendeton, metonimi, alusi, hiperbola, paradoks, ironi dan banyak lagi telah digunakan dengan meluasnya dalam novel-novel Abdullah Hussain. Hal ini menunjukkan bahawa bahasa figuratif menjadi pilihan penulis.

Pengkaji ini membuat kesimpulan bahawa kajian retorik bukan hanya terhad dalam penulisan dan pengucapan malah retorik menjadi bahagian penting dalam usaha berbahasa.

Nor Azuwan (2008:56) meletakkan nilai yang tinggi kepada bahasa dan bentuk bahasa yang digunakan untuk menggerakkan seseorang kepada sesuatu yang dihajati oleh pembicara. Dalam usaha ini media mampu memberi kesan ke atas perasaan dan tindak balas emosi khalayak apabila menerima maklumat atau mesej yang disampaikan oleh media. Media mampu meluaskan sistem kepercayaan sesuatu masyarakat. Hal ini mungkin kerana pengetahuan dan sistem kepercayaan manusia berkembang kerana mereka belajar tentang manusia, tempat dan perkara lain melalui media massa.

Hasil kajian Nor Azuan (2008), memaparkan evolusi jurnalisme Melayu dari sudut bahasa (retorik) membuktikan kemampuan Bahasa Melayu sebagai wahana penyampaian maklumat serta memperkayakan khazanah ilmu dalam bidang media khususnya retorik penulisan kewartawanan Melayu di Malaysia.

Ini memberi satu gambaran menyeluruh bahawa setiap pengkaji, mengaku bahawa kehadiran ilmu retorik telah dapat menyumbang besar kepada kejayaan kajian masing-masing. Bidang-bidang yang melibatkan teks ucapan-ucapan politik, bidang insurans, iklan cetak, surat khabar, novel, budaya dan kajian bahasa menitikberatkan ilmu retorik sebagai penyumbang utama kepada kejayaan bidang masing-masing.

Retorik dalam ucapan mengutamakan gaya bahasa yang penting di samping penggunaan nada suara. Retorik dalam iklan banyak mengutamakan penyampaian mesej dengan ringkas dan padat melalui gaya bahasa yang sangat berpengaruh.

Menurut Pieter (2007), media massa boleh didefinisikan sebagai ‘penglibatan sekumpulan individu-individu secara kolektif yang berkomunikasi untuk mengeluarkan pelbagai maklumat dan pengetahuan. Maklumat-maklumat itu akan dibahagi dan dipindah melalui teknologi media melalui saluran-saluran media kepada audiens yang bersifat global’.

Menurut Rashida, media mempunyai pengaruh yang sangat besar kepada masyarakat. Apa-apa juga bentuk media sama ada yang bercetak atau elektronik, telah banyak menyumbang kepada kemajuan masyarakat dari sudut fizikal, rohani mahupun perkembangan ilmu (2005:52). Rashida juga tidak lupa meneliti sejarah yang membuktikan bahawa banyak peradaban manusia seperti Roman, Mesir, bangsa Pompeii di Naples, kerajaan Islam di Andalusia (Sepanyol) mengalami kemusnahan kerana terlalu asyik dengan hiburan.

Berdasarkan rentetan sejarah ini jelas bahawa, media memiliki peranan besar bukan sahaja untuk menangani masalah sosial, bahkan menyegarkan budaya ilmu dalam masyarakat serta mengajak ahli komuniti kepada kebaikan atau keburukkan. Pengaruh media dalam masyarakat memang signifikan semenjak peradaban moden bermula. Oleh sebab pengaruh yang meluas, media dapat berperanan untuk menangani masalah sosial. Pengamal media secara konsisten perlu mendedahkan kecelaruan sosial yang berlaku, melaporkan kegagalan penguasa berfungsi menangani permasalahan sosial serta membantu menyuburkan tradisi keilmuan atau perbincangan umum berkenaan isu sosial.

Musa Abu Hassan (2004) telah meneliti wawancara menteri penerangan, Dato Paduka Abdul Khadir Fadzir pada 27 September 2004 mengenai media radio dan televisyen. Dalam wawancaranya itu, beliau menyatakan bahawa pihak yang bertanggungjawab

perlu lebih produktif bukan setakat mencegah sesuatu yang tidak baik tetapi perlu memikirkan program yang sesuai yang dapat membantu memajukan masyarakat ke hadapan. Masyarakat Malaysia sepatutnya memikirkan bersama-sama untuk memujuk radio dan televisyen swasta agar mengimbangi program yang boleh memajukan budaya dan bangsa Malaysia.

Asiah (1991) dalam bukunya penyiaran dan masyarakat, menyifatkan di negara membangun para pengkaji menganggap radio sebagai media yang paling berkesan dalam menyalurkan maklumat pembangunan, malah bagi kebanyakan kerajaan di negara-negara membangun radio dianggap sebagai agen perubahan yang paling berjaya. Radio dianggap mampu menanamkan semangat perpaduan, menyalurkan segala bentuk pengajaran dan pendidikan membentuk amalan yang positif. Kesimpulan beliau ialah media radio, televisyen dan filem memang telah diakui sebagai alat yang berkesan dalam proses pembentukan sesuatu masyarakat.

Nurul Hidayah (2002), menyifatkan media mampu membimbing manusia ke arah kehidupan positif atau negatif. Radio sebagai media mampu memperbaiki dan mempertingkatkan lagi kualiti hidup dan memberi kefahaman yang sebenar kepada masyarakat. Hal ini mungkin disebabkan kepenggunaannya yang luas dan dapat menembusi segenap lapisan masyarakat.

Nurul Hidayah (2002) telah meneliti kesungguhan radio IKIM.fm dalam melaksanakan tanggungjawab sosial untuk menjana kefahaman Islam kepada masyarakat. Pelbagai rancangan menerusi radio ini, dapat membuktikan bahawa IKIM.fm berpotensi dalam penyebaran kerja-kerja dakwah. IKIM.fm mampu berdiri kukuh kerana prinsipnya bukan untuk tujuan komersial dan keuntungan tetapi untuk memberi manfaat kepada

semua. Dapatan kajian Nurul Hidayah sama dengan pendapat Teo (2002) yang menyifatkan bidang penyiaran sebagai suatu kuasa yang mampu menyebarkan makna sosial. Namun penekanan Teo terletak pada bahasa (iaitu retorik) yang membawa kepada perubahan ini.

Norlizawati (1999), telah mengkaji ‘apakah yang dimaksudkan dengan pengiklanan dan apakah peranan yang dimainkan oleh iklan itu sendiri di dalam kelompok masyarakat’. Kajian ini juga ingin meneliti sama ada iklan itu berjaya menarik perhatian pendengar dan meninggalkan kesan kepada masyarakat.

Berdasarkan data-data soal selidik dan temubual, pengkaji mendapati iklan tidak hanya bergantung kepada media cetak malah sudah mula menembusi media elektronik seperti radio. Radio Kelantan telah menubuhkan unit pasaran dalaman yang merupakan satu inisiatif bijak untuk memberi keyakinan kepada pengeluar tempatan dan menarik mereka membuat iklan di siaran radio tempatan.

Karthigesu (2011:154), menyatakan bahawa radio telah mencipta satu bahasa khas untuk program-program hiburan. Walaubagaimanapun bahasa hiburan itu bukan satu bahasa yang ‘standard’ untuk semua jenis program hiburan. Malah perkara ini berubah mengikut setiap stesen dan *target audience*. Dapatan kajian Karthigesu menunjukkan bahawa bahasa media di Malaysia dan Singapura bercampur aduk dengan Bahasa Inggeris dan Bahasa Malaysia. Hal ini tidak memudaratkan martabat Bahasa Tamil sebaliknya bertindak memberi hiburan kepada *middle class people*. Laras seumpama ini tidak dapat dielakkan.

Karthigesu merujuk kepada kejayaan penulis Sujatha yang banyak mengutamakan 'Bahasa Tamil yang boleh difahami' daripada Bahasa Tamil standard (Bahasa Tamil penulisan yang menggunakan tatabahasa yang teratur dan betul). Hal ini amat penting dalam usaha menyampaikan maklumat kepada pendengar. Nallatambi (2003) dan Tolasi (2007) juga sependapat dengan Karthigesu (2011) tentang bahasa radio yang lahir daripada konsep gabungan 'bahasa standard dan juga bahasa kolokial' (Bahasa Tamil lisan yang tidak mengutamakan peraturan tatabahasa). Hal ini yang menyebabkan bahasa radio lebih berfungsi sebagai 'bahasa gunaan' yang boleh difahami oleh segenap pendengar.

Kesimpulannya, Karthigesu mengharapkan Bahasa Tamil yang standard harus dipermodenkan mengikut peredaran masa. Terdapat pelbagai masalah dalam usaha murni ini seperti sistem pertembungan pelbagai bahasa di Malaysia. Namun pemodenan bahasa merupakan satu keperluan semasa. Terdapat golongan yang berpegang teguh kepada Bahasa Tamil yang standard manakala satu lagi golongan mahukan bahasa ini dipermodenkan. Kerjasama yang baik antara kedua-dua golongan ini akan menyebabkan Bahasa Tamil terus kekal di negara ini. Hal ini selaras dengan pendapat Bavananthi Munivar dalam *nannu:l* iaitu;

*palaiyana kalithalum putiyana pukutalum
vaLuvala ka:la vakaiyi na:ne:
(kalagappulavar kulu, 1992 : 462)*

Maksudnya, penerimaan unsur-unsur baru adalah lazim dalam peredaran masa. Partahsarathi (2011:191) yang juga sependapat dengan Karthigesu (2011), mendapati Bahasa Tamil yang standard dalam radio tidak menjadi kenyataan sejak 1980an lagi. Pada masa kini media radio menghadapi tiga masalah utama dengan kehadiran juruhebah-juruhebah baru iaitu,

- i. bahasa tidak lagi menjadi satu kriteria keunggulan radio
- ii. persaingan dengan media komunikasi yang baru
- iii. konsep radio hanya untuk hiburan semata-mata

Partahsarathi juga mendapati salah satu cabaran utama yang dihadapi oleh media ini adalah bergantung kepada jumlah pendengarnya. Justeru radio harus mempunyai rancangan-rancangan yang baik dan menarik untuk terus kekal sebagai media penghibur.

Ramasamy (2003) yang mengkaji pemilihan kata-kata dalam Radio Enam, mendapati bahawa kejayaan iklan bergantung pada pemilihan kata-kata yang tepat. Demi memastikan iklan-iklan berjaya mencapai matlamat, maka Radio Enam telah menggunakan kaedah baru dalam pemilihan diksi-diksinya. Ramasamy (2003: 186) berpendapat,

'Either vowel or consonant, at the end of those kinds of terms may undergo some phonological changes. They might be modified for the convenience of the native speaker. These types of changes were vastly witnessed in almost 2/3 of the selected ads. They usually do not abide with grammatical rules and widely witnessed in the conversational type of ads'

Ini bermaksud, kata-kata vokal atau konsonan akan mengalami perubahan fonologi pada akhir kata. Perubahan ini akan diubahsuaikan mengikut percakapan individu. Iklan-iklan seumpama ini terdapat dalam hampir 2/3 daripada iklan yang disiarkan. Biasanya kata-kata seumpama ini tidak akan mengutamakan peraturan tatabahasa dan terdapat dengan banyaknya dalam iklan-iklan berbentuk perbualan.

Selain itu, gaya bahasa retorik seperti 'simile, parallelisma, *initial terms, recurrences, euphonic clitics*, dan *improper words*' (seperti *tailam marrum shampoo – ointment along with shampoo*) digunakan dalam iklan-iklan Radio Enam. Ramasamy (2003) juga

mendapati bahasa yang digunakan dalam iklan–iklan Radio Enam merupakan pendedahan penggunaan bahasa masyarakat kini.

Kesimpulan kajian ini menunjukkan bahawa, Bahasa Tamil ‘standard’ jarang digunakan dalam media. Media mencipta gaya bahasa sendiri untuk tujuan pemasaran. Namun bahasa ini berbeza-beza bagi setiap media dan juga saluran-salurannya. Hal ini selaras dengan pendapat Nallatambi (2003), Karthigesu (2011) dan Awang Sariyan (2007). Menurut Awang Sariyan, pemilihan diksi merupakan tahap yang termasuk dalam retorik iaitu penggunaan bahasa untuk mencapai keberkesanan komunikasi (2007:72).

Tolasi (2007) telah mengkaji tentang ‘Analisis penggunaan Bahasa Tamil lisan dalam Radio Swasta (THR Raaga)’. Beliau mendapati Bahasa Tamil yang dipertuturkan oleh juruhebah THR Raaga berbeza daripada Bahasa Tamil lisan standard. Penggunaan Bahasa Sanskrit, bahasa rojak dan pengalihan kod agak ketara dalam kalangan juruhebah THR Raaga. Tolasi (2007) membuat kesimpulan bahawa pertembungan satu budaya dengan satu budaya yang lain menyebabkan berlakunya pertembungan bahasa. Masyarakat Tamil yang dikelilingi oleh penutur pelbagai bahasa selalu terpengaruh dengan bahasa masyarakat tersebut. Maka percampuran bahasa-bahasa lain dalam pertuturan Bahasa Tamil adalah sesuatu yang berlaku secara semulajadi.

Siti Saniah, Che Ibrahim Salleh, Arba’ien Sujud & Ahmad Mahmood Musanif (2009) telah meneliti retorik homonim dalam korpus iklan. Keempat-empat pengkaji ini telah meneliti empat patah perkataan iaitu *kerak*, *bisa*, *bahana* dan *sedap* dalam kajian mereka. Objektif kajian ini bertujuan untuk menganalisis sejauhmanakah ‘pemanipulasian bahasa’ membawa kepada kejayaan iklan radio di ERA.FM.

Kajian mereka berjaya membuktikan terdapat pernyataan-pernyataan yang digelar sebagai pertanyaan retorik (tertutup) yakni yang memerlukan jawapan *ya* atau *tidak*. Pemilihan diksi–diksi ini menurut penulis menimbulkan strategi pengiklan untuk menimbulkan perdebatan dalam kalangan pendengar. Kontroversi ini menyebabkan secara tidak langsung iklan tersebut terkenal dan sering diperkatakan orang. Hal ini menarik perhatian khalayak.

Para pengkaji berjaya membuktikan bahawa pemilihan kata-kata sahaja sebagai salah satu aspek retorik berjaya membawa hasil yang diharapkan. Hasil dapatan kajian membuktikan bahawa hanya satu kata sahaja sudah mampu bertindak sebagai wacana dalam menyampaikan maklumat menerusi iklan radio.

Siti Saniah (2009), telah mengkaji retorik dalam wacana iklan radio swasta iaitu bahasa retorik iklan Era.FM dengan tujuan mengenal pasti, menganalisis, dan menerangkan perkataan dan frasa yang telah menjadi unsur–unsur retorik. Pendekatan retorik interpersonal yang dikemukakan oleh Leech digunakan sebagai kerangka kajian ini. Iklan berbentuk PNS menjadi bahan kajian ini. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa iklan radio dalam Bahasa Melayu telah membangunkan asas yang kukuh dalam pembinaan retorik tanpa mengabaikan kesopanan dan budaya dalam adat Melayu. Kajian ini telah jelas membuktikan kekuatan Bahasa Melayu dalam menjana ekonomi negara melalui pengiklanan. Siti Saniah juga mendapati iklan-iklan seumpama ini lebih berperanan membantu kerajaan dan bertindak sebagai saluran penyampai maklumat kepada masyarakat.

Zoriati (2005) menyifatkan pemujukan media (retorik deliberatif), pada hakikatnya merupakan satu bentuk komunikasi yang bersifat memujuk. Tujuan utama pemujukan

media adalah untuk mempengaruhi tindakan individu dan masyarakat. Tujuan retorik ini adalah untuk memberi nasihat yang berkaitan dengan kepentingan umum masyarakat. Retorik ini bermula daripada majlis-majlis popular dan perhimpunan politik dan ia bermotifkan satu kepentingan (2005:37).

Kesimpulannya, keupayaan radio yang menyalurkan pelbagai maklumat menyebabkan para pendengarnya terutama yang tidak berpendidikan boleh menambah ilmu pengetahuan. Hal ini selaras dengan kata-kata pujangga yang terkenal dalam sastera Tamil Tiruvalluvar, yang tinggal dalam abad ketiga. Tiruvalluvar mengatakan,

kaRRilan ayinum ke:dka

(Saalaman Pappiya, 2006: 474)

Maksudnya, walaupun tidak berpendidikan, perlu mendengar.

Charles (2007) telah menjalankan satu kajian mengenai '*Aristotelian causal analysis and creativity in copywriting: Towards a rapprochement between rhetoric and advertising*'. Menurut Charles (2007), '*advertising may be the most persuasive form of modern rhetoric*' (2007:168). Beliau juga menambah bahawa retorik dapat membantu menangani kelemahan jangka panjang dalam teori pengiklanan. *Invention* (ciptaan) dalam pengiklanan bermula dengan himpunan fakta dengan idea-idea berbeza. Charles mendapati kerangka '*Aristotelian causal analysis*' mampu mengenal pasti masalah serta menyelesaikan masalah ciptaan iklan.

Charles (2007) membuat kesimpulan bahawa, berdasarkan kepada konsep retorik klasik Aristotle yang melibatkan ciptaan, para pereka cipta iklan mampu menghasilkan iklan-

iklan yang berkesan. Ini bermaksud hubungan antara dunia pengiklanan dan retorik adalah sangat rapat dan akan berkekalan.

Nurit, Jonathan, Yariv dan Albert (2010) telah mengkaji tentang keberkesanan potensi hipotesis media. Dapatan kajian mereka menunjukkan bahawa media berpotensi untuk mengubah sikap dan tingkah laku manusia secara berterusan. Apabila mesej media berbentuk positif, orang ramai cenderung melihat diri mereka dipengaruhi lebih daripada yang dipaparkan.

Hipotesis media ini, mendakwa bahawa rakyat mengganggu kesan kandungan berkomunikasi kepada orang lain dan mengubah sikap dan perlakuan dengan sewajarnya. Satu-satunya pengecualian yang kita dapat kesan daripada kajian pujukan ini ialah melalui PSA (*Public Service Announcements*). Mesej yang dimanipulasi dalam PSA dapat dilihat keberkesanan dengan memberitahu peserta mereka bahawa PSA yang mereka akan menonton kelak telah diuji sebelum ini pada peserta lain. Seterusnya kesan manipulasi ini diukur pada tingkah laku peserta.

Bryant dan Zillmann 2009, (dalam Nurit, Jonathan, Yariv dan Albert 2010) menyifatkan perubahan sosial atau psikologi berlaku dalam diri seseorang berikutan terdedah kepada pemrosesan maklumat. Media hipotesis ini menyebabkan pemujuk mengubah sikap dan tingkah laku dengan menyediakan bukti. Dillerd et al. 2007, (dalam Nurit, Jonathan, Yariv dan Albert 2010) menyifatkan idea ini sebagai berkesan dalam konteks PSA dari itu maklumat mengenai tahap keberkesanan ke atas orang lain oleh pelbagai PSA yang menjejaskan pujukan semulajadi oleh mesej-mesej ini. Kesimpulannya menunjukkan bahawa, PSA merupakan satu-satunya idea yang tidak dapat terlibat dalam *presumed media influence* (pengaruh media yang diandaikan).

Oliver, Diane, dan Marty (2010) telah menjalankan satu kajian mengenai 'kitaran wacana: situasi tidak bersetuju tentang rancangan radio'. Dalam usaha menerangkan mekanisme ini, analisis model yang melibatkan unsur-unsur linguistik, unsur tidak berkaitan antara subjek (*discursive*) dan unsur-unsur pragmatik telah digunakan. Kaedah pemerhatian telah digunakan untuk melihat sejauhmana kata-kata dalam radio mempengaruhi imej orang yang disarankan serta kecenderungan membangkitkan kaedah ekspresi.

Pengaruh ucapan radio tidak boleh dinilai tanpa mengambil kira fenomena yang muncul dalam bentuk pengulangan, perumusan semula dan penginterpretasian. Kepelbagaian penggunaan ini akan melibatkan faktor-faktor sosiolinguistik dan juga faktor-faktor sosiosejarah. Namun wacana pengucapan atau kandungannya tidak mengubah cara bagaimana peredaran wacana boleh dianalisis.

Dalam kes-kes tertentu, sumber untuk pengulangan tidak boleh dikenal pasti dengan tepat. Kesan-kesan yang ditinggalkan untuk penganalisis untuk membina semula rangkaian edaran adalah sementara (atau bersifat jangka pendek). Dalam konteks media, setiap individu terdedah kepada pelbagai sumber maklumat yang hampir serentak. Satu sumber tunggal muncul sebagai sesuatu yang berbeza dengan sistem pengulangan yang sering merupakan hasil kombinasi lapisan beberapa wacana, kenyataan asal dicampur dengan pengulangan semula dan perumusan semula beredar dalam ruang awam.

Hasil kajian mereka menunjukkan bahawa sesuatu yang diulangi dari semasa ke semasa sama ada perkara itu baik atau buruk ia akan menjadi sebahagian daripada lanskap sosial. Berdasarkan kepada kesemua kajian yang dibincangkan di atas, didapati bahawa bahasa merupakan pilihan utama semua pengkaji ini.

Hasil kajian pengkaji menunjukkan:

- i) perkembangan media telah berubah mengikut perkembangan ICT
- ii) media memainkan peranan penting dalam masyarakat
- iii) pelbagai program media mesti bertujuan meningkatkan budaya masyarakat setempat
- iv) pertembungan pelbagai bahasa melahirkan bahasa baru
- v) bahasa dalam media menjadi gabungan bahasa standard dan bahasa lisan
- vi) retorik membantu melahirkan iklan yang berkesan
- vii) media berkuasa dalam menyebarkan makna sosial
- viii) diksi yang kontroversi digunakan dalam iklan semata-mata untuk menarik perhatian para pendengar
- ix) rancangan yang menarik akan menyebabkan penambahan pendengar sesuatu station radio

Sharifah Mariam dan Farah Hanini (1996), telah melakukan satu kajian yang bertujuan menunjukkan bagaimana kaedah retorik digunakan untuk memasarkan idea terutama idea yang mengandungi nilai-nilai sosial. Menurut para pengkaji, (1996:26), PNS menggunakan pelbagai cara rayuan untuk mendorong pendengar supaya menerima dan menyokong idea yang disampaikan. Antaranya ialah melalui akal fikiran, rayuan kepada emosi atau perasaan, rayuan kepada kewibawaan diri, melalui susunan iklan, melalui stail atau gaya bahasa.

Dapatan kajian Sharifah Mariam dan Farah Hanini memberi kesimpulan bahawa gaya bahasa yang digunakan adalah terlalu mudah seolah-olah menunjukkan tahap kekreatifan pengiklan Bahasa Malaysia masih ke belakang jika dibandingkan dengan

iklan dalam bahasa lain. Tidak ada satu pun iklan PNS yang telah dikaji menggunakan bahasa kiasan seperti simpulan bahasa atau perumpamaan yang dapat memujuk melalui keindahan bahasa. Hal ini mungkin mengurangkan keberkesanan mesej yang disiarkan (1996:27).

Sharifah Mariam dan Farah Hanini membuat rumusan bahawa kekreatifan pengolahan bahasa harus ditingkatkan jika pengiklan mengharapkan keberkesanan iklannya. Penggunaan peribahasa, bahasa berirama, pantun atau ungkapan-ungkapan yang terkenal dapat memenuhi kehendak iklan PNS ini.

Mohamad Md. Yusoff (2006), menyifatkan konsep pengiklanan pembangunan memainkan peranan ke arah pembangunan negara khususnya di Malaysia. Komunikasi melalui media berupaya memujuk masyarakat ke suatu arah yang tertentu. Melalui disiplin dan praktik periklanan, hal ini telah dapat dibuktikan. Namun perkara yang dirasakan perlu sekarang adalah menggunakan potensi yang ada untuk mencapai matlamat yang lebih luas ke arah membantu proses pembangunan negara. Disiplin atau bidang yang dimaksudkan di sini ialah 'periklanan pembangunan'(2006:7). Hasil kajian Mohamad Md. Yusoff menunjukkan bahawa tahap kekreatifan penggunaan kaedah-kaedah retorik dalam penerapan nilai sosial masih rendah dan sempit. Penulis mencadangkan peningkatan mutu iklan PNS dilakukan dengan meninjau strategi-strategi retorik yang lebih luas, kreatif dan berkesan.

Kesimpulan Mohamad Md. Yusoff (2006), daripada kajiannya menunjukkan bahawa periklanan pembangunan bukan merupakan jawapan kepada masalah yang dihadapi oleh negara-negara membangun seperti Malaysia. Periklanan pembangunan sekadar menjadi satu usaha kecil yang dapat membantu proses pembangunan negara. Sungguhpun

dianggap kecil, ia mempunyai potensi yang agak meluas oleh kerana kuasa pemujukan yang ada pada bidang tersebut dianggap amat berpengaruh.

Asmah Omar (1984) dan Chuah (1998) mendapati iklan boleh dibahagikan kepada dua jenis iaitu iklan perniagaan dan iklan pemberitahuan. Iklan pemberitahuan yang akan memainkan peranan menyebarkan maklumat sosial. Iklan ini yang disebut sebagai iklan pembangunan oleh Mohamad Md. Yusoff (2006). Dari segi bahasa, bahasa iklan merupakan gabungan pelbagai kaedah retorik. Tujuan kaedah-kaedah itu adalah untuk menunjukkan dimensi yang berbeza dalam iklan dibandingkan penggunaannya dalam syarahan, novel, cerpen, hikayat atau perbualan sehari-harian. Iklan adalah bidang retorik bahasa yang menarik dan juga boleh dikatakan sebagai bahasa pengaruh.

Menurut Asmah Omar (2007;163), retorik pengaruh bukan sahaja merupakan pembentukan unit tatabahasa daripada bunyi, kata dan frasa hingga membentuk ayat, tetapi lebih daripada itu, yang melibatkan hubungan sosial dengan masyarakat khalayak.

Asmah Omar (1984), membuat kesimpulan bahawa usaha-usaha yang terancang dan berterusan harus dilakukan oleh pihak yang bertanggungjawab seperti Dewan Bahasa dan Pustaka, jabatan-jabatan bahasa di institusi pengajian serta agensi-agensi pengiklanan untuk meningkatkan mutu retorik bahasa iklan di Malaysia.

Kuang, Lau, Choo dan Asha (2009:73) menyifatkan bahasa iklan sebagai,

Advertising language is not the same genre used in academia, religion, education, administration, medicine, science and law. Hence lexical item, sentences and the style of the language used to form slogans or description do not necessarily conform to the stand variety. In other words since the genre of business advertisements is not formal and it is a form of creative writing, code mixing allows the creators to incorporate some 'differences' into their advertisements

Jelas bahawa pendapat Kuang, Lau, Choo dan Asha menekankan bahawa, bahasa iklan merupakan bahasa kreatif dan mempunyai 'kelainan' dalam cara penyampaiannya.

Daripada dapatan kajian yang berkaitan dengan iklan PNS, didapati rata-rata pengkaji (Sharifah Mariam, Farah Hanini 1996, dan Mohamad Md. Yusoff 2006) mengaku bahawa gaya bahasa retorik Melayu tidak digunakan dengan sebaiknya dalam iklan PNS. Menurut Asmah Omar (1984), seandainya kerjasama pelbagai pihak yang berkuasa, kita dapat meningkatkan mutu retorik Bahasa Melayu dalam PNS di negara ini.

Ainon Mohd dan Abdullah Hassan (2008), membahagikan bahasa kiasan kepada dua yang utama iaitu peribahasa dan bahasa peribahasa. Contoh peribahasa melibatkan simpulan bahasa, pepatah, perumpamaan dan bidalan. Bahasa peribahasa melibatkan unsur-unsur personifikasi, hiperbola, metafora dan sebagainya.

Rajeswari dan Ramasamy (2011), telah mengkaji penggunaan bahasa dalam novel Karthegesu. Mereka mendapati bahawa untuk mengukuhkan sesuatu pendapat, rangkai kata, frasa atau klausa akan diulang oleh penutur. Selain itu, kedua-dua mereka juga mendapati bahawa perbualan antara ahli-ahli keluarga, terdapat pengguguran morfem dan fonem pada penghujung perkataan. Sebagai contoh, Karthegesu pernah

menggunakan *varaliyam* (tak datang), dan *lable* (di makmal). Hal ini bertujuan menunjukkan kasih sayang antara watak-watak dan sikap prihatin yang wujud antara mereka. Nallatambi (2003) juga sependapat dengan Rajeswari dan Ramasamy (2011), tentang pengguguran morfem dan fonem dalam perbualan program radio.

Abu Hassan Abdul (2007) daripada kajiannya membuat kesimpulan bahawa pengguguran terbahagi kepada dua bentuk iaitu pengguguran secara sengaja kosa kata, frasa atau kata hubung daripada struktur ayat atau pengguguran dengan banyaknya kata hubung dalam konteks ayat (2007:307). Hal ini diperkukuh dengan pendapat Jalaluddin Rakhmat (2000) yang menyifatkan pengulangan bukan hanya sekadar menyebut kembali kata-kata yang telah diucapkan tetapi juga menyebutkan gagasan yang sama dengan kata-kata yang berbeza (2000:30). Pengarang yang dikaji Abu Hassan Abdul (2007), dengan sengaja melepaskan kata hubung kerana mengharapkan aspek rentak pada struktur ayat. Ketiadaan kata hubung tersebut merupakan cara manipulasi bahasa bagi menghasilkan kesan retorik. Sebagai contoh:

ø haruan dan ø keli dan ø puyu habis mati.

Dalam ayat ini kata 'ikan' sengaja digugurkan.

tengah hari pulang, makan, ø sembahyang

Dalam ayat ini pula, kata hubung 'dan' digugurkan.

Kajian Abu Hassan Abdul (2007) berfokuskan strategi retorik dalam autobiografi Melayu karya Hamka dan Shanon Ahmad. Dapatan kajian menunjukkan kekuatan retorik penulis Hamka terletak kepada kesantaian gaya bahasa, kiasan-kiasan yang indah serta kemahirannya memperjelas idea-idea yang sukar kepada susunan bahasa yang amat mudah untuk difahami. Sementara strategi retorik Shanon Ahmad pula lebih

menekankan estetik dengan penggunaan bahasa daerah, tamsilan yang tepat dan gaya pengulangan pada diksi, frasa, klausa dan naratif yang berkesan.

Awang Sariyan (2009), menyifatkan dalam usaha menulis, prasyarat yang amat penting dan perlu dimiliki ialah penguasaan aspek dinamik bahasa iaitu yang melibatkan pemilihan kata dan ungkapan, penghasilan ayat yang berkesan, pemanfaatan unsur retorik dan stilistik dan pelbagai unsur bahasa yang lain (2009: xi). Jalaluddin Rakhmat (2000), sependapat dengan Awang Sariyan dan menyifatkan pernyataan yang sama dapat menimbulkan kesan yang berbeza kerana perbezaan kesan yang mengungkapkannya.

Menurut Awang Sariyan (2009) dan Kuang, Lau, Choo dan Asha (2009) lagi, bentuk karangan yang dapat digolongkan ke dalam karangan kreatif ialah iklan perniagaan. Terdapat ciri-ciri karya kreatif dalam iklan perniagaan. Erti kreatif ini melibatkan gaya pengolahan yang ditandai oleh penggunaan alat stilistik secara maksimum. Gaya pengolahan sedemikian itu hanya berlaku dalam penghasilan karya kreatif. Terdapat unsur asonansi, rima, personifikasi, simile, hiperbola dan pemilihan diksi dan lain-lain yang amat menonjol dalam karya kreatif. Berdasarkan ciri-ciri inilah Awang Sariyan menggolongkan bahasa iklan sebagai karangan kreatif.

Mariappan (1994) dan Mathavan (2002), mendapati sejarah simile bermula apabila manusia mula membandingkan satu perkara dengan perkara yang lain. Pemikiran manusia berkembang berdasarkan kepada penelitian terhadap yang tidak diketahui (abstrak) dengan membuat perbandingan dengan perkara yang sedia ada (konkrit). Menurut Mariappan, simile yang menjadi asas kepada seni retorik di dunia. Simile

menjadi ibu kepada segala jenis retorik dan simile ini telah digunakan dengan banyaknya dalam Vetha (*ve:tham*).

Mariappan (1994), menyenaraikan kepentingan simile seperti berikut:

- i. memberi taraf yang tinggi kepada sajak
- ii. memberi nilai estetika kepada sajak
- iii. berjaya membawa keluar kebenaran sesuatu perkara
- iv. dapat memikat hati pendengar dengan mudah
- v. memberi penerangan, kejituan, watak dan kepadatan maksud

Ini bererti, simile yang menjadi ibu kepada retorik (menurut Tolkappiyar) mampu berperanan dalam menyampaikan sesuatu maklumat dengan lebih jelas.

Md Sidin dan Mohd Saleeh (2008) mengenalpasti bahawa bahasa figuratif menunjukkan bahawa makna sesuatu kata dikembangkan untuk mengisi ruang yang lebih luas dan berbeza daripada yang biasa. Menurut mereka terdapat beberapa syarat untuk memilih dan menggunakan unsur simile.

Syarat-syaratnya adalah seperti yang berikut:

- i. segar dan asli untuk membuat kesan yang kuat
- ii. bahan bandingan mesti sesuai dengan subjek yang dikemukakan
- iii. ia mesti selaras dengan konteks yang melatarinya
- iv. tidak seharusnya digunakan dengan kerap pada bila-bila masa di mana-mana tempat

Berdasarkan syarat-syarat ini jelas bahawa unsur simile hanya dapat digunakan sekiranya memenuhi syarat-syarat ini dan akan membawa nilai estatika seperti yang digariskan oleh Mariappan (1994).

Norzilah (2003) telah meneliti teks ucapan politik UMNO dan Pas dari segi retorik. Kajian ini bertujuan meneliti dan menghuraikan teknik-teknik retorik yang dimanfaatkan dalam teks ucapan politik kedua-dua parti yang dipilih. Kajian ini juga bertujuan menilai kekuatan retorik yang digunakan dalam ucapan untuk memancing peminat menerima cadangan mereka.

Norzilah (2003) bersetuju dengan pendapat Nik Safiah dan Wan Malini (2006) bahawa bahasa yang digunakan perlulah jelas dan menarik. Tujuannya adalah untuk memastikan si pendengar mahu mendengar serta bersetuju dengan pendapat pemidato. Pokok persoalan dalam sesuatu penyampaian lisan ialah sebutan bahasa yang baik dengan intonasi yang sesuai.

Norzilah (2003) bersetuju dengan kehadiran maklumat secara beranalogi bagi tujuan pemujukan ini. Beliau mendapati terdapat sebelas teknik yang digunakan oleh ahli-ahli politik dalam usaha memujuk khalayak. Antaranya ialah teknik pernyataan maklumat, teknik mengumpan sokongan, teknik pengukuhan, teknik dedaktif, teknik menakutkan, teknik pernyataan perasaan, teknik penafian atau penolakan, teknik kepastian, teknik pernyataan retorik, teknik kesopanan dan teknik imbas kembali. Rahman Shaari (1993) menyenaraikan empat strategi gaya bahasa seperti berikut:

Jadual 2.2 Strategi Retorik Rahman Shaari (1993)

Strategi Retorik	Contoh
Metafora	abang benar-benar harimau dalam rumah.(1993:1)
Ironi	Lain kali panjat pokok itu. Panjat tinggi-tinggi (1993:17)
Hiperbola	suaraku ke gunung, rambutmu hutan-hutan hijau yang tebal(1993: 52).
Ellipsis	Kami berlima Cuma: Mamak, Mami, Mira dan mum.

Rahman Shaari (1993) yang mengkaji bahasa kiasan ini berpendapat bahasa tidak terus menjadi bergaya kerana adanya metafora, personifikasi, asonansi, asyndeton, homoioteleuton, simplok dan banyak lagi. Sebaliknya bahasa menjadi bergaya kerana keharmonian keseluruhannya (1993:83). Shahnon Ahmad (dalam Rahman Shaari,1993) memberi pendapat bahawa aspek yang paling penting dalam novel ialah bahasa. Menurutnya jika bahasa tidak menarik, pembaca tidak akan meneruskan pembacaannya. Ini kerana media pengucapan hanya bahasa. Bahasa sebagai penentu sesebuah karya itu dapat dianggap bernilai sastera ataupun tidak (1993: 154). Jalaluddin Rakhmat (2000), menyenaraikan asonansi, metafora, personifikasi dan antitesis sebagai gaya bahasa yang sering digunakan.

Seethuraman (1998) yang mengkaji jenis-jenis retorik iaitu simile dan metafora mendapati kedua-duanya saling boleh bertukar ganti peranannya dengan kewujudan kata hubung dan tanpa kata hubung. Kebiasaannya simile akan wujud dengan kehadiran kata-kata hubung manakala metafora akan wujud tanpa kehadiran kata hubung. Sebagai contoh,

Jadual 2.3 Perhubungan Simile dan Metafora Dalam Bahasa Tamil

Simile	Metafora	Maksud
<i>tamarai po:ndra mugam</i>	<i>mugathamarai</i>	mukanya bagai teratai
<i>ambu po:ndra soll</i>	<i>sollambu</i>	kata-katanya tajam
<i>me:n pondra kaN</i>	<i>kaNme:n</i>	matanya bagai ikan
<i>malar pondra kai</i>	<i>kaimalar</i>	tangannya bagai bunga
<i>arivakiya oLi</i>	<i>arivoLi</i>	mindanya bagai cahaya

Zoriati (2005) telah mengkaji retorik pujukan dalam ceramah Haji Hadi Awang. Tujuan kajian ini adalah untuk meneliti keberkesanan penggunaan bahasa dan kepelbagaian teknik pujukan. Dapatan kajiannya menunjukkan bahawa, di samping penggunaan bahasa, kepelbagaian teknik pujukan yang menarik juga turut memainkan peranan yang sama penting untuk menghasilkan sebuah ucapan yang berjaya. Jadi, kepelbagaian teknik pujukan juga membantu dalam proses keberkesanan sesebuah ucapan.

Penggabungjalinan bahasa dan teknik-teknik sememangnya mampu memperlihatkan kepada kita bahawa dalam wacana lisan, kepetahan berbicara semata-mata bukanlah penentu kejayaan seseorang tokoh seandainya gagal menggunakan bahasa dan teknik-teknik pujukan yang berkesan.

Menurut Zoriati lagi, para penceramah politik seharusnya memiliki kemahiran yang cukup apabila berdepan dengan khalayak agar setiap perkara yang diperkatakan atau dibangkitkan berupaya memujuk emosi khalayak. Dalam hal ini, sudah tentulah kecekapan berbahasa amat ditekankan. Bahasa yang stereotaip tanpa ada naik turun nada, tanpa ada nilai estetikanya dan tanpa ada ragamnya akan membosankan khalayak meskipun penutur atau penceramah sedang memperdebatkan sesuatu isu yang hangat. (2005: 43). Menurut Za'ba, 2002: 211 (dalam Zoriati, 2005) ragam bahasa mampu 'menguatkan tujuan kata dan mempertajamkan hasilnya kepada kefahaman pendengar dan pembaca'.

Bahasa pengulangan merupakan ‘semata-mata mengulang sesuatu perkataan atau ayat atau cabang ayat dua tiga kali dengan tujuan hendak menguatkan maksudnya’. Gaya bahasa yang didapati hasil kajian Zoriati (2005) bertumpu kepada bahasa pengulangan.

Kajian Ramalingam (2009) berfokus kepada penggunaan lima gaya bahasa kiasan iaitu simile, metafora, personifikasi, hiperbola dan paradoks daripada 276 *thirukkural*. Kaedah kualitatif telah digunakan untuk menjalankan kajian ini. Dapatan kajian menunjukkan bahawa Thiruvalluvar telah menggunakan pelbagai unsur semulajadi sebagai kiasan dalam *thirukkural*. Gaya bahasa kiasan dalam *thirukkural* memperlihatkan ketinggian ketamadunan dan nilai budaya bangsa. Pengkaji juga berjaya membuktikan yang Thiruvalluvar telah menggalakkan Kemahiran Berfikir Secara Kritis Dan Kreatif (KBKK) melalui bahasa kiasannya. Contoh gaya bahasa *thirukkural* yang dikaji dan dianalisis oleh Ramalingam diberi dalam Jadual 2.4.

Jadual 2.4 Contoh Gaya Bahasa Thiruvalluvar

Gaya bahasa	<i>thirukkural</i> dan maksudnya
metafora	<i>ka:lai arumpip pakallelaam po:ta:ki</i> <i>ma:lai malarum̄in no:y</i> (<i>thirukkural</i> 1227) (proses kemekaran bunga ini digunakan sebagai metafora bagi seseorang gadis itu jatuh cinta dengan jejaka 2009: 129)
simile dan personifikasi	<i>matiyum madantai muganum aRiya:</i> <i>patiyin kalangiya me:n</i> (<i>thirukkural</i> 1116) (simile - sesuatu kejadian iaitu binatang di langit sudah keliru dan terkeluar daripada orbitnya sebab tidak dapat membezakan wajah gadis dengan bulan) – wajah gadis dijadikan simile kepada bulan personifikasi – bintang digambarkan sebagai boleh melihat dan terkeliru .

Ramasamy (2010) yang mengkaji stailistik dalam penulisan novel-novel R. Karthegeesu, mendapati gaya bahasa tidak begitu ketara dalam penulisan beliau. Walau bagaimanapun beliau mendapati penggunaan yang tidak ketara juga mampu meninggalkan kesan yang mendalam ke atas diri pendengar.

Sebagai contoh, penggunaan metafora seperti *minnal teRippukkaL* (2010:191) (*antima ka:lam:8*) menunjukkan bahawa beliau telah menggunakan kata itu dengan sebaiknya untuk menerangkan perasaan seseorang. Perkataan *teRippukkaL* (percikan, *scattered*) menjelaskan peristiwa masa lampau watak satu persatu. Pemilihan diksi seumpama ini dianggap sebagai ‘*bench mark*’ penulis. Jadual 2.5 menunjukkan contoh gaya bahasa yang dapat dikenalpasti dalam novel-novel R. Kartheesu.

Jadual 2.5 Contoh Gaya Bahasa R. Kartheesu

Gaya Bahasa	Contoh
Pengulangan	<i>culanRu culanRu</i> (<i>antima ka:lam:22</i>) (berputar-putar) <i>otungi-otungip po:na:L</i> (te:Tiyirukkum taruNangaL:179) (menjauhkan diri)
Metafora	<i>minnal teRippukkaL</i> (2010:191) (<i>antima ka:lam:8</i>) (petir yang memercik)
Metanomi	<i>tan kaTTuraiyai varikkuvai paTikka a:rambittapo:tu arangam co:r ntiruntatu</i> (2010:196) (apabila dia mula membaca karangannya dengan teliti, bilik itu berada dalam keadaan yang pudar.) (<i>su:ta:TTam a:Tum Ka:lam:123</i>)
Simile	<i>alai po:la elumbiyum taNintum</i> (2010:101) (bagai ombak yang surut dan pasang balik)
Ellipsis	<i>Would you like a glass of beer?</i> <i>yes, i would</i> (2010:62)

Selain itu, Ramasamy mendapati, gaya penulis ini memperlihatkan *nativisation of loan words* (2010:142) dan juga Bahasa Tamil lisan digunakan oleh penulis. Keadaan ini bertujuan, ‘*to create a kind of naturalness in the story*’, yang bermaksud mewujudkan suatu keaslian dalam cerita (2010:142).

Daripada analisis yang dijalankan didapati, para pengkaji mengkaji gaya bahasa daripada pelbagai genre. Rata-rata pengkaji mengaku bahasalah menjadi faktor utama kejayaan sesuatu genre kreatif. Gaya bahasa pengulangan menjadi pilihan kerana pengulangan menyebabkan kata-kata diulang (yang bermaksud gagasan sesuatu mesej turut diulang) memberi penekanan dan penegasan kepada sesuatu perkara yang

diperkatakan. Selain itu unsur humor dalam gaya bahasa juga turut diutamakan. Ada yang berpendapat gaya bahasa mampu menggalakkan Kemahiran Berfikir Secara Kritis Dan Kreatif (KBKK).

2.8 Rumusan

Hasil daripada penelitian penyelidikan lampau tentang retorik di Malaysia, boleh dikatakan setakat ini masih jarang sekali kajian dilakukan tentang pemanfaatan gaya bahasa retorik dalam media radio khususnya radio Tamil. Oleh itu, satu kajian yang bertujuan meninjau retorik Bahasa Tamil adalah sangat diperlukan pada masa kini.

Gaya bahasa retorik klasik yang didukung oleh Corbett dan Connor (1999) digunakan sebagai kerangka kajian. Hal ini dianggap penting dan amat bersesuaian dengan kajian kerana beliau menggunakan gaya bahasa retorik klasik dengan sebaiknya untuk generasi baru. Beliau membahagikan gaya bahasa retorik kepada dua jenis iaitu skema dan tropes berdasarkan kepada contoh-contoh yang relevan.

Bab 3

Metodologi Kajian

3.0 Pengenalan

Bab ini memperjelaskan rasional pemilihan metodologi penyelidikan yang digunakan oleh penyelidik. Penyelidik memperjelaskan tatacara bagaimana kajian ini telah dijalankan berdasarkan reka bentuk kajian, instrumen kajian, sampel kajian, pengumpulan data, penganalisan data dan prosedur kajian.

3.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini merupakan suatu kajian berbentuk campuran yakni merangkumi kaedah kualitatif dan kuantitatif mudah. Kaedah kuantitatif mudah digunakan bagi menjelaskan kekerapan penggunaan strategi-strategi retorik dalam episod pengumuman PNS THR Raaga secara berjadual. Kaedah kuantitatif mudah juga digunakan untuk membuat perbandingan peratus kekerapan strategi-strategi retorik yang digunakan dengan lebih banyak oleh penerbit program. Selain itu, kaedah kuantitatif mudah juga digunakan untuk menjelaskan pendapat pendengar tentang program ini.

Manakala kaedah kualitatif digunakan untuk menjelaskan keberkesanan PNS ini yang dilihat dari sudut pandangan penerbit episod, pelakon episod dan juga pendengar episod. Pandangan mengenai penggunaan retorik oleh penerbit, pelakon dan pendengar episod dihuraikan secara deskriptif.

3.2 Instrumen Kajian

Pengkaji menggunakan kaedah rakaman bersistematik, borang soal selidik dan menemubual tiga pihak iaitu penerbit episod, pelakon episod dan pendengar episod PNS.

3.2.1 Rakaman

Asmah Omar (2006), menyatakan sesuatu penulisan ilmiah haruslah berpangkalan data jati. Untuk mendapatkan data jati (*authentic data*), maka teknik rakaman audio pula dilakukan semasa pengumuman PNS THR Raaga ke udara antara enam pagi hingga 8 malam. Rakaman audio ini memakan masa selama lima bulan iaitu dari bulan Mac hingga ke bulan Julai 2011.

Sebanyak 40 situasi episod pengumuman PNS THR Raaga dirakam. Pita rakaman (TDK D60) dan radio *Cassette Recorder* (JVC) telah digunakan untuk tujuan rakaman. Rakaman tersebut ditranskripsi.

3.2.2 Soal selidik

Satu set soal selidik (Lampiran A) telah diedar kepada lima puluh orang pendengar pengumuman PNS THR Raaga. Soal selidik ini dibahagikan kepada tiga bahagian iaitu A, B dan C.

Borang soal selidik ini mengandungi 15 soalan dalam bentuk skala likert (pilihan 1 hingga 5) dan soalan struktur untuk responden menulis pendapat masing-masing. Semua soalan soal selidik digubal secara kolaboratif dengan bantuan pensyarah penyelia.

3.2.3 Temubual

Penyelidik menemubual lima daripada lima puluh responden pendengar untuk mengukuhkan data-data yang diperolehi. Selain itu, temubual penerbit episod dan pelakon episod juga diadakan untuk mengumpul data bagi kajian ini. Temubual penerbit dianggap penting untuk mengetahui konsespsi dan pengetahuan penerbit tentang PNS THR Raaga manakala temubual pelakon diadakan untuk mengetahui minat dan perasaan mereka tentang program ini (Chua, 2006).

Soalan-soalan panduan temubual semi berstruktur telah digubal selepas berbincang dengan pensyarah penyelia (Lampiran B dan Lampiran C) berdasarkan kepada objektif-objektif kajian. Temubual ini dianggap penting bagi mendapatkan maklumat tambahan iaitu maklumat yang tidak dapat diperoleh melalui soal selidik. Temubual telah mendorong penyelidik mendapat maklumat lanjut mengenai persepsi penerbit episod dan pendengar episod ini.

Tiga rakaman yang melibatkan penerbit dan pelakon episod dirakam pada 6 April 2011 dari pukul 2 petang hingga 3.45 petang. Rakaman ini diadakan di studio rakaman THR Raaga.

Rakaman yang melibatkan para pendengar diadakan pada 7 April 2011 dari pukul 2 petang hingga 4.10 petang di bilik pensyarah penyelia. Rakaman pendengar lain telah diadakan di rumah pengkaji itu sendiri.

3.3 Sampel Kajian

Menurut Ranjit Kumar (1996:148), sampel merupakan,

'Is the process of selecting a few (a sample) from a bigger group (the sampling population).....A sample is a sub-group of the population you are interested in' iaitu proses pemilihan beberapa (suatu sampel) dari satu kumpulan yang lebih besar (populasi sampel) sampel merupakan kumpulan kecil dari populasi yang anda ingin kaji.

Berdasarkan pernyataan ini, penyelidik telah memilih tiga jenis sampel yang digunakan untuk pengumpulan data kajian ini, iaitu Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial THR Raaga, Pendengar PNS, penerbit dan pelakon PNS.

3.3.1 Pengumuman Pemasaran Nilai Sosial (PNS) THR Raaga

Sebanyak 40 episod pengumuman PNS THR Raaga adalah sampel utama kajian ini. Semua episod ini didengar, dirakam dan ditranskripsi oleh pengkaji. Kesemua episod ini ke udara sepanjang bulan Mac hingga ke bulan Julai 2011.

3.3.2 Pendengar PNS

Pengkaji menggunakan persampelan bukan kebarangkalian iaitu persampelan bertujuan (*purposive sampling* seperti yang diutarakan Chua, 2006). Di bawah kategori persampelan bukan kebarangkalian setiap sampel tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi responden kajian. Maka sampel yang mempunyai ciri-ciri tertentu sahaja dipilih sebagai responden kajian ini.

Responden dipilih berdasarkan objektif-objektif kajian. Kajian ini akan melibatkan 50 orang sampel. Para sampel ini dipilih daripada golongan pendengar dan peminat saluran radio THR Raaga.

Kesemua responden ini telah dikategorikan kepada 5 kumpulan seperti yang berikut:

- a) pelajar sekolah menengah atas
- b) golongan lepasan SPM yang bekerja
- c) golongan berpendidikan tinggi yang berusia 20 ke atas yang berpendidikan Bahasa Tamil
- d) golongan berpendidikan tinggi yang berusia 20 ke atas yang tidak berpendidikan Bahasa Tamil
- e) golongan yang berusia 40 tahun dan ke atas

Daripada setiap kategori, sepuluh orang menjadi sampel kajian ini dan daripada kumpulan ini, salah seorang akan dipilih dan ditemubual untuk mengetahui keberkesanan PNS ini. Pemilihan ini dibuat sedemikian rupa supaya sampel merangkumi semua gelintir masyarakat yang gemar mendengar radio.

3.3.3 Penerbit PNS dan Pelakon PNS

Persampelan bukan kebarangkalian secara kebetulan (*accidental or convenience sampling procedure*, Chua, 2006) digunakan bagi pemilihan sampel penerbit dan pelakon episod. Pengkaji hanya menemubual pelakon-pelakon yang berada ketika temujanji dengan pihak THR Raaga. Pengkaji dapat menemubual tiga orang pelakon

yang berada di studio THR Raaga iaitu dua orang pelakon wanita dan seorang pelakon lelaki.

3.4 Pengumpulan Data

Kajian ini melibatkan beberapa tahap. Pengkaji telah menetapkan untuk memilih empat puluh kandungan 'pengumuman PNS THR Raaga'. Pengkaji telah mendengar dan merakam 40 episod 'pengumuman PNS THR Raaga' yang disiarkan oleh saluran radio THR Raaga untuk mengumpul data kajian ini. Data program ini dirakamkan dari bulan Mac hingga ke bulan Julai 2011. Lazimnya PNS ini ke udara tiga hingga empat kali dalam sejam (sumber: juruhebah THR Raaga). Maka dalam sehari hampir tujuh puluh dua kali PNS akan ke udara.

Setiap kandungan episod telah dilabelkan dengan nombor rujukan mengikut tarikh episod tersebut dirakam. Ini dilakukan bagi menentukan ketepatan data dan membolehkan kerja-kerja penyemakan semula dilakukan dengan mudah. Nombor rujukan PNS 001 hingga PNS 040 diberikan kepada pengumuman PNS THR Raaga. Seterusnya, PNS THR Raaga yang dikumpulkan telah dianalisis berdasarkan Kerangka Kajian Corbett & Connors yang diadaptasi (1999) untuk mengetahui strategi-strategi retorik yang digunakan dalam pengumuman PNS ini (sila rujuk Bab 2: 40).

3.4.1 Mentranskripsi Data

Rakaman pertuturan dimainkan berulang kali sehingga berjaya ditranskripsi daripada bentuk lisan kepada bentuk tulisan. Semua data dalam Bahasa Tamil ini telah ditranskripsikan ke dalam tulisan rumi (Lampiran D).

3.5 Penganalisaan Data

Pengkaji telah mengutip data utama dan juga data sekunder. Data-data utama dikumpul melalui borang soal selidik dan temubual. Data-data sekunder pula dikumpul untuk memperkukuhkan proses dan hasil kajian.

Segala data yang dikumpul daripada instrumen-instrumen kajian ini dianalisis dan dibentangkan secara deskriptif. Data dipaparkan dalam jadual untuk menerangkan kekerapan strategi-strategi retorik. Data yang dikumpulkan juga dihuraikan secara deskriptif dalam bab empat.

Data yang dikumpul daripada soal selidik dianalisis menerusi kaedah kuantitatif mudah. Soalan-soalan berstruktur dianalisa secara deskriptif. Seterusnya, pengkaji mentringulasi data-data ini bagi menentukan keberkesanan PNS ini. Rakaman PNS yang telah ditranskripsi telahpun dianalisis untuk mengenalpasti strategi-strategi retorik yang digunakan.

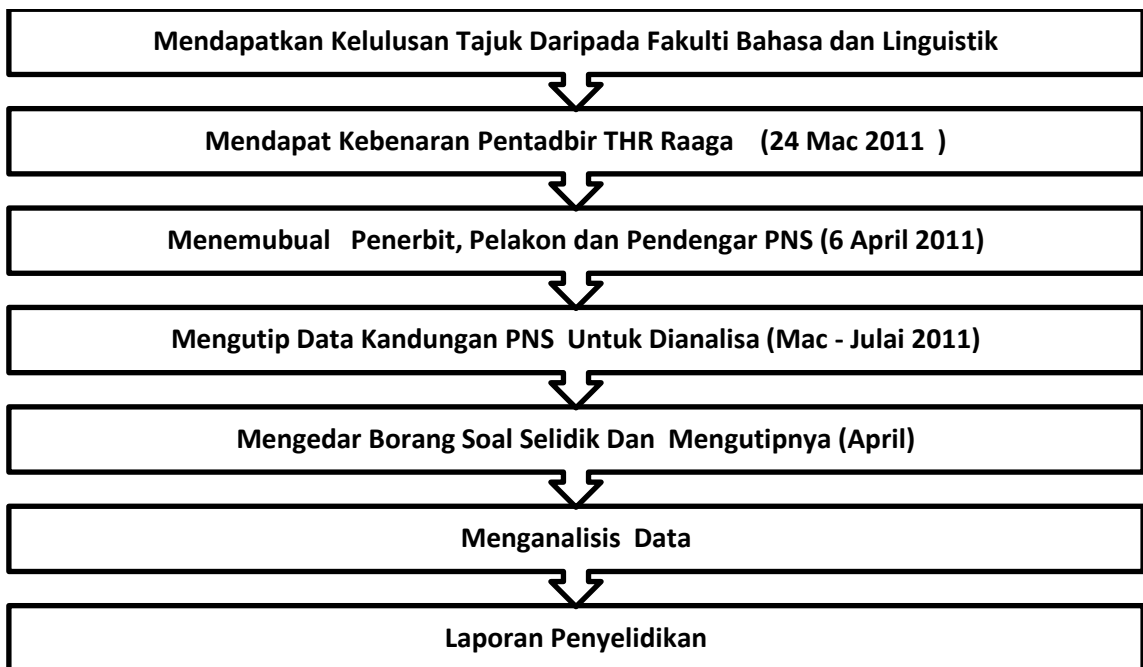
Pengkaji beretika dalam menjaga rahsia peribadi para sampelnya. Identiti sebenar sampel tidak akan didedahkan dalam hasil kajian sebaliknya disenaraikan berdasarkan sistem nombor seperti 001 hingga 050. Semua maklumat peribadi para sampel dianggap sebagai sulit dan persendirian.

Kerangka kajian Corbett & Connors (1999) diadaptasi untuk mengkaji strategi-strategi retorik dalam PNS THR Raaga (sila rujuk Bab 2: 40). Kerangka ini menekankan bukti linguistik dalam usaha penganalisaan wacana media. Analisis ini berupaya menunjukkan hubungan antara unsur-unsur linguistik dengan maklumat daripada program radio.

3.6 Prosedur Kajian

Setelah proposal kajian diluluskan oleh pihak fakulti, pengkaji menerima surat rasmi daripada pihak Pentadbiran Fakulti Bahasa dan Linguistik untuk mendapatkan kebenaran pihak THR Raaga bagi menjalankan kajian ini (Lampiran E). Namun pihak THR Raaga menuntut surat daripada pengkaji sendiri dengan pengetahuan pensyarah penyelia (Lampiran F).

Pengkaji telah menemubual para pelakon PNS pada 6 April 2011 manakala pendengar PNS telah ditemubual sepanjang bulan April dan Mei 2011. Lima puluh borang soal selidik telah diedar pada bulan April kepada responden dan telah dikumpul semula pada hujung bulan April 2011. Setelah menerima borang soal selidik yang telah diisi, setiap borang soal selidik diberi nombor SS001 hingga SS050. Carta aliran berikut memaparkan prosedur kajian ini.



Carta 3.1 Prosedur Kajian

3.7 Kesimpulan

Dalam bab ini, reka bentuk kajian iaitu kaedah pengumpulan dan penganalisan data dijelaskan. Kerangka kajian yang menjadi asas bagi kajian ini telah diterangkan secara terperinci. Semua data yang dikumpul melalui instrumen-instrumen kajian dibentang dalam jadual dan dianalisis mengikut objektif serta persoalan kajian ini dalam bab keempat.

Bab 4

Analisis Data

4.0 Pengenalan

Berpandukan metodologi kajian yang dicadangkan dalam Bab 3, data yang dikumpul daripada 40 episod PNS telah dianalisa dan dikemukakan disini. Dapatan kajian dibentangkan dalam jadual serta dibincangkan secara terperinci.

Analisis data dibahagikan kepada dua bahagian berdasarkan objektif dan persoalan kajian (rujuk Bab 1:8) Pada bahagian kedua pula, penyelidik menghurai dan membincangkan hasil penganalisaan data dan keputusan yang diperolehi berdasarkan maklumat soal selidik dan data temubual yang telah dikumpul. Analisis melibatkan data-data utama dan data-data sekunder. Dapatan kajian akan merangkumi gambaran terperinci dan juga rumusan kepada permasalahan.

4.1 Pengumuman PNS THR Raaga

Jadual 4.1 menunjukkan tema-tema yang diutarakan melalui PNS THR Raaga. Dapatan menunjukkan bahawa sebanyak 20 (50%) episod PNS ditujukan kepada orang awam manakala 3 (7.5%) episod PNS pula ditujukan khas untuk para pengguna. Golongan pemandu, pemilik kereta, pekerja, pemilik bintang, wanita dan belia masing-masing dinasihatkan melalui 2 (5%) episod PNS. Maklumat kepada golongan ibu bapa, suami, suami isteri, anak, pelajar dan remaja tidak banyak diutarakan dalam PNS. Pembahagian ini melibatkan pelbagai tema yakni negara, masyarakat, keluarga dan individu. Kesemua episod PNS ini bertujuan untuk memberi informasi serta memupuk nilai murni dalam kalangan para pendengarnya. Hanya episod PNS 033 bertujuan khas iaitu untuk

mengingat akan Hari Denggi Sedunia dan menyedarkan pripentingnya menjaga kebersihan rumah dan persekitaran.

Jadual 4.1 Tema Episod Pengumuman PNS THR Raaga

Bil	Tema Episod PNS	Kumpulan Sasaran	Rujukan PNS
1	Keselamatan jalan raya	semua pemandu	001
2	Keselamatan jalan raya	semua pemandu	002
3	Penyelenggaraan kereta	pemilik kereta	003
4	Budaya mengata	orang awam	004
5	Kepentingan menulis diari	orang awam	005
6	Budaya menjimatkan elektrik	pengguna	006
7	Perlakuan di tempat awam	orang awam	007
8	Berbelanja mengikut bajet	orang awam	008
9	Tanggungjawab terhadap kerja	pekerja	009
10	Dengki terhadap kemajuan orang lain	orang awam	010
11	Erti persahabatan yang baik	orang awam	011
12	Kepentingan bersukan	orang awam	012
13	Keperluan menepati masa	orang awam	013
14	Tanggungjawab terhadap binatang	pemilik binatang	014
15	Budaya menipu dan tertipu	orang awam	015
16	Penyalahgunaan internet	ibu bapa	016
17	Boros berbelanja	pengguna	017
18	Barang kemas dan keselamatan	wanita	018
19	Gejala membuang sampah merata-rata	orang awam	019
20	Budaya membaca	belia	020
21	Boros dalam membaik pulih kereta	remaja	021
22	Pengambilan gula yang berlebihan	orang awam	022
23	Gejala ponteng sekolah	pelajar-pelajar	023
24	Penyalahgunaan internet	pengguna	024
25	Berfikiran positif	orang awam	025
26	Amalan berdikari	wanita	026
27	Amalan berbudi bahasa di tempat awam	orang awam	027
28	Kepentingan meminum air	orang awam	028
29	Membazir makanan	orang awam	029
30	Sikap mengata orang	orang awam	030
31	Penjagaan binatang peliharaan	pemilik binatang	031
32	Kepentingan menjaga alam	orang awam	032
33	Denggi dan keselamatan diri	orang awam	033
34	Budaya memilih kerja	belia	034
35	Penganiayaan kaum wanita	suami	035
36	Budaya tangguh kerja	orang awam	036
37	Etika berpakaian ke tempat kerja	pekerja	037
38	Penjagaan ibu bapa yang berusia	anak-anak	038
39	Amalan curiga-mencurigai	orang awam	039
40	Ikatan kasih sayang sesama suami isteri	suami isteri	040

4.2 Analisis Data Berdasarkan Gaya Retorik Skema

Data-data situasi PNS yang direkod dan ditranskripsi telah dianalisis berdasarkan gaya bahasa retorik yang dicadangkan Corbett dan Connors, dalam bukunya '*Classical Rhetoric For The Modern Student*' (1999). Setiap episod dikaji secara deskriptif untuk mengenalpasti strategi-strategi retorik yang terkandung dalam PNS.

Dalam kajian ini, 40 episod PNS telah dirakam sejak bulan Mac 2011 hingga ke bulan Julai 2011 (sila rujuk Lampiran D). Penganalisaan dilakukan berdasarkan kepada dua strategi utama iaitu gaya retorik skema dan gaya retorik majas (tropes) (sila rujuk Bab 2:40). Kedua-dua gaya retorik skema dan majas telah diterangkan dalam jadual yang berasingan. Penggunaan setiap unsur skema dan majas diterangkan secara deskriptif berdasarkan kepada konteks penggunaan dalam episod PNS THR Raaga.

Daripada analisis episod-episod PNS ini, penyelidik dapat merumuskan jenis-jenis retorik yang digunakan oleh juruhebah THR Raaga. Sebanyak 88 unsur skema dan 43 gaya majas dapat dikenalpasti dalam PNS THR Raaga. Hasil kajian menunjukkan bahawa penggunaan diksi-diksi pilihan gaya retorik memainkan peranan yang bernas dalam menentukan keberkesanan penyampaian mesejnya. Hasil kajian ini dapat dibentangkan dalam Jadual 4.2.

Jadual 4.2 Dapatan Kajian Gaya Retorik Skema

PNS	Gaya Retorik Berdasarkan (skema)											
	Keseimbangan			Pengulangan								Gugur
	paralelisme	isokolon	antithesis	rima dan irama	<i>etugai mo:nai</i>	anafora	epistrop	epanalepis	anadiplosis	antimetabole	poliptoton	ellipsis
001											/	
002								/				
003	/											/
004											/	
005		/										
006							/					
007		/									/	
008	/				/		/					
009		/										
010					/		/					
011		/				/	/					
012							/					
013				//			/					
014		/					/					
015	/	/					/				/	
016			/								//	
017					//		/					
018		/			/				/			
019		/			/							
020	/				/		/					
021					/							
022			/			/	/	//				/
023			/					/			//	
024		/				//	//					
025	/		/									
026			/									
027		/										
028	/											
029	/		/		/		/					/
030					/							
031		/					//					
032				/	/						/	
033												
034					/	/				/		
035		/			/							
036		/										
037											/	
038							//					
039		/	/								/	
040							/					
Jum	7	14	7	3	13	5	19	4	1	1	11	3
	8%	15.9%	8%	3.4%	14.8%	5.7%	21.6%	4.5%	1.1%	1.1%	12.5%	3.4%

Nota: / = 1 kali penggunaan

// = 2 kali penggunaan

Skema pengulangan, keseimbangan dan pengguguran digunakan dalam PNS THR Raaga. Pengulangan epistrop telah digunakan sebanyak 19 (21.6%) kali. Ini diikuti dengan isokolon yang digunakan sebanyak 14 (15.9%) kali. *etugai mo:nai* (aliterasi dan asonansi) merupakan gaya retorik yang digunakan sebanyak 13 (14.8%) kali. Gaya poliptoton pula digunakan sebanyak 11(13%) kali.

Parallelisme dan antithesis digunakan sebanyak 7 (8%) kali. Gaya anafora digunakan 5 (5.7%) kali sementara epanalepis digunakan sebanyak 4 (5%) kali. Ellipsis digunakan sebanyak 3 (3%) kali berbanding dengan rima dan irama (*santam*) yang hanya digunakan sebanyak 2 (3%) kali. Anadiplosis dan antimetabole masing-masing digunakan sekali (1.1%) sahaja.

Keseimbangan

Gaya retorik skema dibahagikan kepada empat jenis iaitu keseimbangan, pengulangan, pengguguran dan hiperbaton (sila rujuk Bab 2:40). Di bawah skema keseimbangan terdapat 3 jenis gaya retorik iaitu isokolon, antitesis dan parallelisme seperti yang diutarakan oleh Corbett dan Connors (sila rujuk Bab 2:41).

4.2.1 Isokolon (Isocolon)

Isokolon bermaksud wujud elemen yang mempunyai kepanjangan yang sama. Isokolon digunakan dengan begitu banyak sekali di bawah skema keseimbangan. PNS telah menggunakan gaya retorik isokolon sebanyak 14 (15.9%) kali.

Berikut merupakan tiga contoh isokolon yang telah tersenarai dalam PNS.

PNS	Isokolon	Jumlah perkataan
007	<i>ni:ngaL tania:L alle.</i> Anda bukan seorang	(3 perkataan)
	<i>inte samutayettin piratini.</i> Anda adalah wakil masyarakat	(3 perkataan)
035	<i>itu sirikkek ku:diya viSayam illa:i.</i> Hal ini tidak boleh dipandang ringan	(4 perkataan)
	<i>Sinnttitup pa:rkke ve:Ndiya onRu.</i> Kita harus merenung hal ini	(4 perkataan)
005	<i>uñge ve:lai ka:raNattinale pala</i> <i>visayangalai n:nga seiya maRantiruppi: ñgke.</i> Beban tugas menyebabkan anda mungkin terlupa untuk melakukan banyak perkara	(8 perkataan)
	<i>itellam maRakkama seiyanumna diarlyle</i> <i>allatu eñggavatu eluti vachikkuñge.</i> Pastikan anda mencatat perkara-perkara penting di dalam diari atau mana-mana tempat supaya anda tidak lupa untuk melakukan perkara-perkara tersebut	(8 perkataan)

Isokolon yang mempunyai kepanjangan yang sama menyumbang besar kepada irama ayat. Isokolon dalam PNS ini menggunakan dua perkataan hingga lapan patah perkataan. Isokolon telah digunakan pada peringkat permulaan, perkembangan dan kesimpulan. Namun penggunaannya agak ketara pada peringkat kesimpulan. Daripada 14 isokolon yang dikenalpasti 9 daripadanya digunakan pada peringkat kesimpulan.

Ketiga-tiga contoh di atas merupakan kesimpulan kepada masalah yang diutarakan dalam setiap PNS. PNS 007 menunjukkan bahawa ‘anda bukan seseorang’. Anda adalah wakil masyarakat’. Ini bererti setiap tindakan individu itu akan mencerminkan identiti masyarakat berkenaan. Ini bermaksud isokolon dapat berperanan dengan sebaiknya melalui klausa yang sama panjang untuk membanding sesuatu dan menyampaikan mesej dengan lebih berkesan.

PNS 035 pula menunjukkan perkara (memukul isteri) dipandang ringan oleh masyarakat. Maka nasihat diberikan kepada orang awam bahawa perkara seumpama ini tidak boleh dipandang ringan (*itu sirikkek ku:diya viSayam illa:i*) sebaliknya bertindak dengan akal fikiran yang waras (*sinn^utitup pa:rkke ve:Ndiya onRu*).

PNS 005 pula lebih berperanan memberi informasi agar senantiasa mengamalkan budaya menulis sesuatu perkara penting dalam diari untuk mengelakkan masalah ‘lupa’.

4.2.2 Antitisis (Antithesis)

Antitisis membawa maksud usaha mengatur idea-idea yang bertentangan dan berlawanan erti. PNS telah menggunakan gaya retorik antitisis dan parallelisme sebanyak 7 (8%) kali. Berikut merupakan tiga contoh antitisis yang telah tersenarai dalam PNS THR Raaga.

PNS	Antitisis	Dalam ayat atau perkataan
016	<i>interneTle nallata:nge paTikkutu. pariTcainu van<u>tu</u>TTa:, koñjem mantema:tta:n irukku.</i> Dia memang rajin membaca menerusi internet tetapi keputusan peperiksaan tak memuaskan pula.	ayat
023	<i>ma:NavargaLe, olu<u>ng</u>a:ge schoolku po:ge ve:NDum. maTTam po:Te ve:NDa:m.</i> Wahai para pelajar,berdisiplinlah semasa ke sekolah. Jangan ponteng sekolah.	ayat
029	<i>uL<u>n</u>a:TTu ppo:rin ka:reNema:ge pa:tikkeppaTTe makkeLukku uNNe uNavu illa:teta:l kulantaigaL mutiyevargaL</i> Perang saudara menyebabkan kekurangan sumber makanan. Hal ini menyebabkan kanak-kanak dan warga emas.....	perkataan

Terdapat dua cara antitesis digunakan dalam PNS ini iaitu melalui ayat dan juga perkataan. Apabila juruhebah ingin menekankan kepentingan sumber makanan, (PNS 029), mereka cuba membandingkan kekurangan sumber makanan akibat perang saudara.

Perkataan ‘kanak-kanak’ dan ‘warga emas’ iaitu dua generasi yang jauh berbeza dari segi usia telah dibandingkan.

Tujuannya adalah untuk menunjukkan bahawa masalah kekurangan makanan akan melibatkan seluruh umat manusia tanpa mengira faktor usia. Unsur antitesis yang menggunakan kedua-dua generasi tua dan muda mampu memberi kesedaran dalam diri para pendengar tentang peri pentingnya sumber makanan.

PNS 023 pula mengutamakan kepentingan pelajar pergi ke sekolah tanpa ponteng sekolah. Para penerbit PNS telah menggunakan antitesis untuk memberi unsur penegasan kepada mesej yang ingin disampaikan. Mereka berjaya menggunakan *ve:NDum* (anda wajib hadir ke sekolah pada setiap hari) dan *ve:NDa:m* (jangan ponteng sekolah).

PNS 016 pula mengutamakan penggunaan internet dengan betul oleh remaja. Apabila kawan ayah menanyakan keputusannya, ayah remaja itu mengatakan anaknya memang rajin membaca menerusi internet (*nallata:n*) tetapi keputusannya tidak memuaskan (*mantema:ttan*).

Oleh kerana diuruskan dengan baik, antitesis PNS telah menghasilkan kesan kekemasan yang unik dan efektif. Jelas antitesis mengutamakan perbezaan yang ketara antara individu atau topik yang dibicarakan.

4.2.3 Parallelisme (Parallelism)

Parallelisma merupakan kesamaan struktur siri kata-kata, frasa atau klausa dalam sesuatu ayat. Gaya retorik parallelisme digunakan oleh juruhebah dalam PNS THR Raaga. Gaya parallelisme telah digunakan sebanyak 7 (8%) kali dalam PNS ini.

Berikut adalah salah satu contoh parallelisme dalam PNS THR Raaga.

PNS	Parallelisme
PNS 028	<i>ni:rai muRaiyaige arunta:mal po:na:l sarume varetci mugep pollivinmai aje:reNak ko:la:Rup po:nRe innum pale pireccenaigaL udelil ni:r kuRaivata:L e:Rpadatuŋge.</i> Sekiranya kita tidak minum air pada kadar yang betul, pelbagai masalah kesihatan seperti kulit kering, muka yang kurang ceria, masalah pencernaan dan sebagainya akan berlaku.

Parallelisme menjadi asas kukuh kepada tatabahasa dan gaya retorik. Prinsip asas parallelisme mengharapkan perkara-perkara seimbang sahaja digunakan. Hal ini menjadi kenyataan dalam PNS ini apabila para juruhebah hanya seimbangkan kata nama dengan kata nama dan kata adjektif dengan kata adjektif.

Sebagai contoh, PNS 028 menggunakan kata nama yang berkaitan dengan masalah kesihatan yang akan dihadapi sekiranya tidak mengamalkan budaya minum air dengan secukupnya (kulit kering, muka yang kurang ceria, masalah pencernaan). Para penerbit program ini ingin memberi penekanan kepada budaya minum air dengan kadar yang betul. Justeru, demi memperkukuhkan tema ini mereka menggunakan masalah-masalah kulit (parallelisme) yang akan dihadapi sekiranya tidak meminum air pada kadar yang betul. Cara penyusunan masalah-masalah oleh juruhebah menunjukkan parallelisme.

Pengulangan

Skema terdiri daripada empat kategori utama, salah satunya ialah unsur pengulangan. Pengulangan melibatkan aliterasi, asonansi (*etugai mo:nai*), anafora, epitrop, anadiplosis, enapallepsis, klimaks, antimetabole, kiamus, dan poliptoton.

4.2.4 Epistrop

Epitrop menunjukkan pengulangan kata-kata yang sama pada akhir klausa. Epitrop digunakan dengan begitu banyak sekali di bawah skema pengulangan. Pengulangan pada akhir ayat ini telah menjadi pilihan pihak radio THR Raaga. Epitrop telah digunakan sebanyak 19 (21.6%) kali dalam PNS pilihan. Berikut merupakan beberapa epitrop dalam PNS.

PNS	Epistrop
PNS 006	<i>coola irukka hotTa: irukka:?</i> Nyaman..? Bill elektrik mencatat sehingga empat ribu ringgit. Sekarang nyaman ke panas?
PNS 008	<i>ita:n ungiTTe irukke:?</i> Kamu kan dah ada benda-benda ini semua? <i>irukkuta:n a:na: alega: irukke:.</i> Memang ada... tetapi yang ini pun cantiklah.
PNS 010	<i>ivLo: periye vi:Tu ya:ruTaiyetu?</i> Rumah siapa ini, besarnya...? <i>aTe ante ka:rai ppa:Ren nalla: perisa: banta:va: iruke: itu ya:ruTaiyetu?</i> Hai, tengok kereta itu. Kereta itu nampak besar dan berprestejlah. Kereta siapa itu?

Penggunaan epitrop agak ketara penggunaannya dalam PNS THR Raaga. Kehadiran epitrop dalam PNS 006 menunjukkan bahawa, penerbit ingin memberi penekanan kepada budaya menjimatkan elektrik. Apabila A mengatakan dia mahu keadaan nyaman

(sebab itulah memasang penghawa dingin selalu), B mengatakan bahawa bil elektrik telah menjejak sehingga empat ribu ringgit. Barulah B mengatakan sekarang ini ‘*coolla irukka ho:TTa: irukka:?*’ yang bermaksud rasa sejuk atau panas setelah menerima bil yang begitu tinggi.

Epistrop ini bukan sahaja mewujudkan irama yang sama tetapi menjamin penekanan khas, dengan mengulangi perkataan pada kedudukan terakhir dalam ayat. Jelas kehadiran retorik pengulangan ini berjaya menyampaikan maksud dengan lebih jelas.

4.2.5 *etugai* (aliterasi) *mo:nai* (asonansi)

Pengulangan pada suku kata pertama(*mo:nai*) dan pengulangan pada suku kata kedua(*etugai*). *etugai mo:nai* telah dimanfaatkan sebanyak 13 (14.8%) kali dalam PNS THR Raaga. Berikut merupakan beberapa contoh *etugai mo:nai* yang digunakan dalam PNS THR Raaga.

PNS	<i>etugai mo:nai</i>
008	<i>bajet poTTu selavu paNNuñge. (etugai mo:nai)</i> Berbelanjalah mengikut kemampuan.
019	<i>e:nna na:n (etugai)</i> Saya memang mengamalkan langkah-langkah ini.
020	<i>na:n niRaiya (mo:nai)</i> Saya akan membeli dan membaca banyak buku.
021	<i>en e:n (mo:nai)</i> Mengapakah menyusahkan hidup saya?
029	<i>unna uNavu (etugai mo:nai)</i> Perang saudara menyebabkan kekurangan sumber makanan. Hal ini menyebabkan kanak-kanak dan warga emas.....
034	<i>paditta padippu (etugai mo:nai)</i> Tiada kerja yang sesuai dengan tahap pendidikan saya, abang.

Dapatan kajian menunjukkan bahawa PNS telah menggunakan (*etugai mo:nai*) secara bersama dalam satu ayat. Sebagai contoh PNS 034 telah menunjukkan bahawa *mo:nai*

pa dan *etugai di* telah digunakan secara sekaligus dalam ayat. Selain itu, (*etugai*) dan (*mo:nai*) digunakan secara berasingan dalam ayat untuk melahirkan kesan estetika.

4.2.6 Poliptoton

Poliptoton merupakan pengulangan perkataan yang asalnya daripada kata akar yang sama. Poliptoton telah digunakan 11 (12.5%) kali daripada jumlah penggunaan skema. Berikut merupakan beberapa poliptoton yang digunakan dalam PNS THR Raaga.

PNS	Poliptoton
PNS 001	<i>na:Laikka:? na:Laikku añji maNi freeta:n.</i> Esokke ? Esok pukul 5 bolehlah juga.
PNS 004	<i>kisukisukka:ti:rkel, vatantigaLap pareppati:rk el ni:ngelum</i> <i>kisukisukkappaTelam.</i> Jangan gossip orang. Jangan sebarkan khabar angin. Anda juga mungkin menjadi mangsa gossip.
PNS 007	<i>n:ngaL tania:L alle inte samutayettin piratiniti ni:ngaL seyvatu inte</i> <i>samuta:yettaip piratibalikkum.</i> Anda bukan keseorangan. Anda adalah wakil masyarakat. Apa yang anda lakukan akan mencerminkan identiti masyarakat anda.
PNS 015	<i>e:marravañge irukkiRa varaikkum e:mattuRavañge irukkattan seyrange</i> Selagi orang sedia untuk ditipu, tetap wujud orang yang akan menipu.

Poliptoton dalam Bahasa Tamil dibentuk berasaskan kepada tambahan kasus (*veRRrumai*). Sebagai contoh, PNS 007 telah menggunakan *in* dan *aii* (kasus dalam Bahasa Tamil) kepada kata dasar (*samuta:yam*) iaitu masyarakat.

samuta:yam + *in* = *samutayettin* (yang bermaksud sebahagian daripada masyarakat)

samuta:yam + *ai* = *samuta:yettaip* (yang bermaksud akan memberi kesan ke atas masyarakat)

4.2.7 Anafora (Anaphora)

Anafora merupakan pengulangan perkataan yang sama pada permulaan klausa. Anafora digunakan sebanyak 5 (5.7%) kali dalam PNS ini. Berikut merupakan beberapa contoh anafora yang telah digunakan dalam PNS THR Raaga.

PNS	Anafora
PNS 024	a) <i>ituta:n en phone number.</i> <i>ituta:n en address.</i> Ini nombor telefon saya. Ini merupakan alamat saya. b) <i>en ve:laiyum sariyille.</i> <i>en bosom sariyille.</i> Kerja saya tidak baik. Boss saya pun tak ok.
PNS 034	<i>ve:laikkup po:Re idea e:ta:vatu?</i> <i>ve:lai nammeLaitte:di vareNum kaNNa:</i> <i>ve:lai varumnu nenecci le:pa:kva:.....</i> Kamu sebenarnya ada niat untuk bekerja atau tidak? Bagi saya peluang perkerjaan itu mestilah datang bergolek kepada kita. Jangan harap pekerjaan datang bergolek kepada kita.

Anafora ini telah digunakan dalam empat situasi PNS. Didapati anafora telah digunakan dua kali dalam PNS 024. Kata-kata seperti saya (*en*), itu (*ituta:n*) dan kerja (*ve:lai*), telah diulang di awal ayat. PNS 034 pula telah menggunakan anafora tiga kali sekaligus yang memberi penekanan kepada kerjaya seseorang.

Kehadiran anafora dalam PNS dapat membuktikan bahawa para jurehebah berjaya menggunakannya dengan sengaja. Hal ini sedemikian kerana pengulangan ini membantu untuk menubuhkan sebuah irama yang ketara dalam urutan klausa. Anafora ini bertujuan untuk melahirkan kesan emosi yang kuat ke atas pendengar.

4.2.8 Epanallepsis

Epanalepsis merupakan gaya pengulangan kata pada akhir satu klausa yang sama pada awal klausa. Terdapat 4 (4.5%) epanallepsis sahaja dalam PNS ini. Epanallepsis jarang berlaku dalam bentuk prosa kerana apabila keadaan emosi timbul puisi seolah-oleh menjadi satu-satunya bentuk yang dapat meluahkan emosi.

PNS	Epanallepsis
PNS 022	<i>aNNe</i> ., <i>roti ca:naiku si:ni pattele aNNe</i> . Abang tak cukup gula dalam roti canai bang.
PNS 023	<i>piraccenaiya</i> :... <i>unna:le enakku piraccenai</i> . Ooi masalah? Kerana kau saya yang menghadapi masalah.

PNS 022 menunjukkan perasaan tidak puas hati seorang pelanggan yang ingin menambah gula ke dalam roti canainya. Pelanggan ini mengulang perkataan *abang* (*aNNe*) di awal dan akhir ayat. Tujuan pelanggan ini adalah untuk menunjukkan penekanan kepada perkara yang diperkatakan. Perkataan ‘abang’ diulang sedemikian supaya sasarannya mendapat mesej dan bertindak segera dengan menambah gula ke dalam rotinya.

PNS 023 pula menunjukkan bahawa perasaan marah seorang guru yang faham benar perangai anak muridnya yang malas. Beliau marah kerana anak muridnya tidak mampu menjawab satu persoalan mudah yang dikemukakan. Apabila anak murid itu mengatakan masalah (*piraccenai*), guru itu membalas dengan mengatakan kerana pelajar itulah beliau akan menghadapi masalah. Pengulangan dua kali perkataan *piraccenai* mencerminkan kehampaan seorang guru dalam usaha mendidik anak muridnya. Pengulangan seumpama ini jelas memaparkan kesan emosi yang ingin ditimbulkan dalam diri pendengar.

4.2.9 Rima Dan Irama (*santam*)

Rima merupakan ulangan pada akhir suku kata atau awal suku kata. Walaupun rima dan irama paling populer digunakan dalam sajak, namun teks PNS berjaya menggunakannya sebanyak 3 (3.4%) kali.

PNS	Rima dan Irama
013	<i>eTuñge lesensai puTiñge samannai. etu etu eppeppe seyyanumo ate ate appeppe señjiTuñge.</i>
032	<i>irukkiRete: oru bu:mi. tayavu seytu ka:ppa:ttuñge sa:mi.</i>

Rima dan irama (*santam*) berperan memberi penekanan kepada tema yang diberikan serta membawa unsur nilai estetika kepada perkara yang diperkatakan. PNS 013 bertemakan masalah lupa dan kesannya. Pegawai polis yang menemui kesalahan tidak memperbaharui lesen mengatakan keluarkan (*eTuñge*) lesen dan terima (*puTiñge*) saman. Dalam PNS yang sama mesej disampaikan bahawa pastikan setiap perkara tidak ditangguhkan dan dibuat pada masa yang ditetapkan.

PNS 032 membawa rima dan irama yang agak menarik. PNS ini dikaitkan dengan tema pemeliharaan alam sekitar. Maksud mesej ini ialah, umat manusia hanya dikurniakan satu bumi sahaja dan manusia harus menjaganya. Walaupun *sa:mi* merujuk kepada Tuhan tetapi perkataan ini digunakan dengan sinis untuk memberi kesedaran kepada manusia yang terus-menerus memusnahkan alam sekitar. Perkataan (*bu:mi*) dan (*sa:mi*) membawa nilai rima dan irama yang agak baik dan berjaya mendukung mesej dengan jayanya.

4.2.10 Anadiplosis

Anadiplosis menggunakan pengulangan kata akhir dalam klausa pada permulaan klausa yang seterusnya. Hanya terdapat satu (1.1%) sahaja anadiplosis dalam PNS ini iaitu;

PNS	Anadiplosis
PNS 018	<i>nagaigaLai aLevo:Tu aNiṅta:l atu ṅamakku ṅanmai. atuve: atu atigema:na:l atu ṅamakku a:battu.</i> Pakailah barang emas secara berpatutan sahaja. Jikalau berlebihan ia akan memudaratkan kita.

4.2.11 Antimetabole

Gaya antimetabole merupakan pengulangan kata-kata dengan aturan tatabahasa yang terbalik dalam klausa yang berturutan. Hanya terdapat satu (1.1%) antimetabole dalam PNS ini.

PNS	Antimetabole
PNS 034	<i>ṅenece ve:lai kidaikkiRe varaikkum kidaicce ve:laiyaic seivo:me:.</i> Buatlah kerja yang ditawarkan sementara menunggu kerja yang anda inginkan.

Antimetabole mempunyai penyusunan kata-kata yang kemas yang boleh diingati. Penggunaan skema ini adalah satu contoh untuk memperkukuhkan pemikiran seseorang.

Pengguguran

Di bawah skema pengguguran terdapat tiga jenis gaya retorik iaitu ellipsis, asindeton dan polisindeton.

4.2.12 Ellipsis

Ellipsis merupakan satu gaya retorik menggugurkan secara sengaja kata atau beberapa kata yang boleh dibayangkan oleh konteks. Hanya ellipsis sahaja digunakan di bawah skema pengguguran dalam episod PNS THR Raaga. Pengguguran perkataan dan klausa telah dapat dikenal pasti dalam PNS THR Raaga. Sebanyak 3 (3.4%) kali retorik ini telah digunakan. Berikut merupakan ketiga-tiga contoh ellipsis.

PNS	Ellipsis
PNS 003	<i>pa:kRen pa:kRen. atu illemma: appuRam.....</i> Aduh... ayah saya akan periksalah nanti bila ada masa. Bukan begitu nak. Nanti...
PNS 022	<i>ennatu inippu kuRaiva: irukku. enneNNe itu,..... tambah paNNuñge.</i> Hi abang kurang manislah..kenapa ini bang.Tambahlah lagi bang.
PNS 029	<i>uNNe uNavu illa:teta:l kulantaigaL mutiyevargaL</i> Perang saudara menyebabkan kekurangan sumber makanan. Hal ini menyebabkan kanak-kanak dan warga emas.....

PNS 003 telah menggunakan ellipsis ini dengan sebaiknya. Tema episod ini adalah untuk memberi kesedaran kepada para pengguna kereta agar senantiasanya mengemaskinikan kereta. Apabila ayah menegur anaknya agar memeriksa perkara asas dalam kereta sebelum memandu ke tempat kerja, anak gadisnya mengatakan dia akan memeriksa nanti. Perkataan *pa:kRen pa:kRen* itu sendiri menjadi unsur pengguguran kerana gadis itu tidak menyatakan apa yang dia akan perhatikan. Ayah yang seolah-olah mengetahui masa depan mengatakan ‘nanti

PNS 022 pula telah menggunakan pengguguran ini dengan agak berkesan. Seorang pemuda yang suka mengambil gula yang berlebihan dalam minuman dan makanan mengatakan dia kekurangan gula dalam makanannya. Beliau telah mengatakan ‘apa ini bang (*enneNNe itu,....*) lalu mengatakan *tambah lagi (tambah paNNunge)*. Perkataan **gula** sengaja digugurkan dengan tujuan menambahkan nilai kesenian kepada perkara yang disebutkan. Para pendengar akan dapat meneka perkara gula dengan mudahnya kerana situasi itu telah menjelaskan hal ini.

PNS 029 pula menunjukkan bahawa golongan warga emas, kanak-kanak dan semua masyarakat sedunia akan menghadapi masalah kekurangan makanan. Perkara **masyarakat sedunia** sengaja digugurkan dengan tujuan memberi satu informasi kepada para pendengar. Sebenarnya pihak penerbit memberi peluang kepada setiap individu untuk berfikir dan mengisi tempat kosong tersebut. Tujuannya adalah supaya setiap insan dapat membayangkan diri, keluarga, masyarakat dan negara juga akan menghadapi akibat kekurangan makanan itu. Senang untuk meneka mesej kerana ada tanda-tanda kontekstual iaitu ‘jangan membazir makanan’.

4.3 Analisa Data Berdasarkan Gaya Retorik Majas (tropes)

Jadual 4.3 Dapatan Kajian Gaya Retorik Majas (tropes)

PNS	GAYA RETORIK BERDASARKAN MAJAS (TROPES)							
	simile	soalan retorik	personifikasi	onomatopoeia	metanomi	metafora	ironi	hiperbola
001								
002								
003				/				
004		/		/				
005								
006		//						
007		/		/				/
008							/	
009	/							
010								
011				/				
012								
013								
014		/						
015		/		/				
016		/						
017		/						
018		/	/					/
019								
020	/							
021				/				
022				/				
023				/				
024				/	/			
025								
026		/		/				
027		//		/				
028		/						
029								
030					/			
031				//				
032								/
033								
034		//						
035	/			/		/	/	
036		/						
037								
038								
039								
040		/						
Jum	3 7%	17 39%	1 2%	14 33%	2 5%	1 2%	2 5%	3 7%

Nota: / = 1 kali penggunaan

// = 2 kali penggunaan

Jadual 4.3 menunjukkan dapatan kajian gaya retorik berdasarkan majas. Daripada jadual didapati soalan retorik telah digunakan sebanyak 17 (39 %) kali. Hal ini diikuti dengan onomatopoeia yang telah digunakan sebanyak 14 (33%) kali. Hiperbola dan simile pula telah digunakan sebanyak 3 (7%) kali dalam PNS ini. Unsur gaya metonomi dan ironi pula telah digunakan dalam 2 (5%) episod PNS. Gaya retorik personifikasi dan metafora digunakan dalam satu (2%) episod sahaja.

4.3.1 Soalan Retorik

Soalan retorik merupakan satu gaya pertanyaan yang bertujuan untuk menegaskan atau menolak sesuatu secara serong tetapi bukan untuk mendapatkan jawapan. Gaya retorik, soalan retorik telah banyak digunakan dalam PNS THR Raaga daripada gaya majas. Sebanyak 17 (39%) kali soalan retorik telah digunakan dalam PNS THR Raaga. Soalan retorik telah digunakan dalam dua bentuk iaitu unsur penegasan dan unsur penafian. Berikut merupakan dua contoh soalan retorik dalam PNS THR Raaga.

PNS 026	<i>padicci padicci solRa:ñge. peNgaLukku kuRippa: driving rombe mukkiyamnu. ya:raiyum etirpa:rkkat te:vaiyillalle ippe?</i> Itulah. Kata orang pengetahuan memandu itu penting bagi golongan wanita. Tak perlulah mengharapkan orang lain, kan?	-penegasan
PNS 016	<i>enakkenneñge teriyum?</i> mana saya tahu?	-penafian

PNS 026 bertemakan amalan berdikari. Dalam PNS 026 ini, soalan retorik digunakan dengan tujuan untuk menegaskan sesuatu perkara. Si gadis dinasihatkan agar berdikari dan tidak mengharapkan orang lain.

Apabila si gadis mengatakan dia tidak tahu memandu dan mahu kawannya menumpangkannya, kawannya mengatakan '*padicci padicci solRa:nge. peNgaLukku kuRippa: driving rombe mukkiyamnu. ya:raiyum etirpa:rkkat te:vaiyillalle ippe?*' yang bermaksud 'orang kata pengetahuan memandu itu penting bagi golongan wanita. **Tak perlulah mengharapakan orang lain, kan?**' Penegasan ini bertujuan memberi penekanan kepada kepentingan kemahiran memandu dalam kalangan wanita.

Soalan retorik juga bertujuan menafikan sesuatu perkara. Seorang ayah hanya mengetahui yang anaknya menggunakan internet untuk belajar (PNS 016). Kawan anaknya mengatakan anak itu pandai. Kemudian dia ingin mengetahui keputusan anaknya dalam peperiksaan. Apabila kawannya menyatakan ini bermaksud anak ini mesti pandai dan menanyakan bagaimana keputusannya. Ayah itu mengatakan keputusan anaknya tidak memuaskan walaupun dia belajar menggunakan internet. Barulah kawan itu menasihatkan agar senantiasa memerhatikan apa yang dilakukan oleh anak-anak. Ketika itulah ayah itu mengatakan *enakkenneṅge teriyum?* yang bermaksud **mana saya tahu?** Soalan retorik ini bertujuan penafian seorang ayah tentang tugas mengawasi perlakuan anaknya. Daripada 17 kali penggunaannya soalan retorik ini, 6 berupa penafian dan 11 lagi berupa penegasan.

4.3.2 Onomatopoeia

Onomatopia merupakan penggunaan perkataan yang bunyinya meniru makna perkataan tersebut. Onomatopoeia telah digunakan sebanyak 14 (33%) kali dalam PNS THR Raaga. Unsur onomatopoeia akan menghasilkan irama berdasarkan baris dan juga melalui bunyi perkataan itu sendiri. Onomatopoeia bertujuan untuk memadankan bunyi dengan perasaan seseorang. Berikut merupakan beberapa contoh onomatopoeia dalam PNS THR Raaga.

PNS 007	<i>ha..ha...ha...</i>	ketawa dengan ego
PNS 011	<i>ha..ha...ha...</i>	ketawa kerana gembira
PNS 035	<i>ha.ha.ha..</i>	ketawa dalam kedukaan

Ketiga-tiga contoh di atas merupakan bunyi ketawa yang dapat didengar dalam PNS THR Raaga. Walaupun ketiga-tiga PNS ini menggunakan unsur bunyi onomatopoeia iaitu bunyi ketawa, namun setiap ketawa mempunyai makna yang berlainan. Sebagai contoh, PNS 007 menunjukkan gelak tawa golongan remaja yang bertindak melampaui batas di pawagam.

Manakala PNS 011 menunjukkan ketawa untuk menunjukkan kegembiraan bersahabatan. Hal ini berlainan sekali apabila PNS 035 yang mempunyai bunyi yang sama tetapi membawa maksud yang bertentangan iaitu sedih. Dalam episod PNS ini, isteri ketawa apabila suami memukulnya. Walaupun terdapat **ketawa** dalam ketiga-tiga episod di atas, tetapi membawa maksud yang berlainan berdasarkan konteks penggunaannya. Hal ini dianggap unik dalam unsur gaya retorik onomatopoeia.

Selain itu, suara mengata orang (PNS 004), menangis kerana tertipu (PNS 015), gembira dan terpegun (PNS 021), bunyi minum teh (PNS 022), bunyi bangun daripada tidur, (PNS 023), bersetuju (PNS 024), marah dengan orang lain (PNS 026), bunyi kucing dan anjing (PNS 031) juga telah digunakan dengan sebaiknya dalam PNS ini.

4.3.3 Simile

Simile merupakan satu gaya bahasa perbandingan secara langsung antara dua perkara yang dari segi fitrahnya tidak serupa, tetapi mempunyai suatu persamaan. Simile telah

digunakan sebanyak 3 (7%) kali sahaja dalam PNS THR Raaga ini. Berikut merupakan contoh simile tersebut.

PNS 009	<i>seyu:Re tolil namakku teyvam ma:tiri.</i> Pekerjaan bagaikan Tuhan kepada kita.
PNS 020	<i>vasippatu suvasippatu po:le</i> Amalan membaca diibaratkan sebagai sistem pernafasan kita.
PNS 035	<i>malar po:nRe peNgaLai kasakki eRiye ninaikkela:ma:</i> Patutkah wanita-wanita dipersalahkan? Jangan seksa kaum wanita.

Dalam episod PNS 009 perkataan *ma:tiri* (*seperti*) digunakan. Para penerbit telah membandingkan kerja dengan Tuhan. Para penerbit berpendirian bahawa kerjaya seseorang bagaikan Tuhan kepada mereka.

Penerbit PNS juga mahukan setiap insan menganggap kerjaya mereka sebagai Tuhan. Setiap pekerja perlu memastikan bahawa komitmen penuh diberikan semasa bekerja. Segala peraturan dan tatacara di tempat kerja harus dipatuhi agar mencapai tahap kualiti yang diharapkan majikan. Sekiranya para pekerja memberikan komitmen yang tinggi ke atas bidang tugas mereka, sudah pasti kedua-dua pihak iaitu majikan dan pekerja akan mengalami ‘*win win situation*’.

PNS 020 pula mengutamakan budaya membaca dalam kalangan rakyat Malaysia. perkataan *po:le* (*seperti*) telah digunakan untuk menunjukkan bahawa membaca adalah sama dengan bernafas. Sains telah membuktikan dengan jayanya bahawa manusia yang tidak boleh bernafas digelar sebagai mayat. Ini bermaksud manusia yang mampu bernafas sahaja dianggap sebagai manusia. Sekiranya manusia tidak berupaya bernafas sudah pasti badan itu tidak digelar sebagai manusia tetapi mayat.

PNS 035 juga menggunakan perkataan *po:nRe* (bagai). Gadis diperumpamakan sebagai bunga yang lembut. Kaum lelaki ditegur agar tidak dipersalahkan kaum wanita dan menyiksa mereka. Penerbit meminta kaum lelaki agar jangan renyuk-renyukkan wanita. Perlakuan ini harus dipandang serius dan tindakan segera perlu diambil pelbagai pihak untuk membendung masalah sosial yang kian meruncing. Perumpamaan yang menyamakan kehidupan wanita dengan bunga amat berpadanan kerana kedua-duanya dianggap sebagai lemah lembut dan mudah layu jika tidak dijaga dengan sebaiknya. Keupayaan pihak penerbit amat terserlah melalui diksi-diksi simile.

4.3.4 Hiperbola

Hiperbola merupakan penggunaan istilah yang membesar-besarkan sesuatu hal atau keadaan. Hiperbola telah digunakan sebanyak 3 (7%) kali dalam PNS THR Raaga. Hiperbola biasanya akan menunjukkan sesuatu perkara secara berlebih-lebihan daripada situasi sebenar.

PNS 007 bertemakan ‘perlakuan di tempat awam’. Tempat awam yang dimaksudkan ialah pawagam. Episod ini menunjukkan perlakuan seseorang individu akan mencerminkan identiti masyarakat berkenaan. Maka setiap individu harus menjaga adat bersopan di tempat awam. Namun dipaparkan bahawa golongan remaja ketawa terbahak-bahak sehingga mengganggu ketenteraman awam di pawagam. Dengan niat membetulkan perlakuan para remaja seorang jejaka menegur bahawa gelak tawa mereka ‘menggegarkan pawagam’ (*teater atirtille*).

Gegaran hanya akan berlaku sekiranya berlaku gempa bumi. Namun keupayaan jejaka itu menggunakan unsur ini dengan sebaiknya menunjukkan bahawa perbuatan sekumpulan remaja itu memang telah ‘melampaui batas norma-norma masyarakat’.

Penggunaan hiperbola memang dianggap amat sesuai dan berperanan dengan sebaiknya dalam usaha mendukung tema yang ingin disampaikan.

PNS 018 turut memanfaatkan unsur hiperbola ini. Tema episod ini ialah barang kemas dan keselamatan. Tujuan penerbit PNS ialah untuk menyeru kaum wanita agar memakai barang emas secara berpatutan sahaja dan jikalau berlebihan ia akan memudaratkan. Mesej ini berjaya dipaparkan melalui hiperbola. Si jejaka berjaya menegur rakannya dengan mengatakan bahawa gadis itu bergaya betul dengan memakai barang emas (*tanġe naġaiyella:m po:TTu minukkiRe....*). Perkataan *minukkiRe* bermaksud gadis itu berkelip-kelip dengan barang emas. Sebenarnya perkataan berkelip hanya akan digunakan untuk barang emas dan permata. Hal ini menjadi hiperbola apabila dikaitkan dengan seorang gadis. Kejayaan menggunakan unsur hiperbola ini berjaya menonjolkan tema yang ingin dipaparkan. Penerbit mampu menonjolkan kepentingan emas dan juga keselamatannya.

PNS 032 pula mengutamakan mesej kepentingan menjaga alam. Penerbit PNS berpendirian bahawa bumi ini harus dijaga daripada kemusnahan. Sekiranya bumi ini tidak dilindungi daripada pelbagai perbuatan manusia yang tidak bertanggungjawab (membuang sampah ke dalam sungai, menebang pokok secara berleluasa dan membakar sampah), nescaya bumi ini akan menghadapi mala petaka. Manusia masih tidak sedar bahawa sekiranya bumi ini berterusan menghadapi masalah, makhluk pertama yang ditimpa kemalangan ialah manusia.

Para penerbit berfikiran secara keterlaluan (hiperbola) akibat perbuatan ini, dengan mengatakan *innum reNdu valġigaLaik ke:Tke inġe ulekattule ya:rume: irukke*

ma:TTaŋge yang bermaksud, kalau semua orang meneruskan aktiviti-aktiviti seperti ini, pasti **tidak akan ada manusia** untuk mendengar dua cara lagi.

4.3.5 Metonomi

Metonomi merupakan satu gaya retorik yang merujuk kepada penggantian sifat-sifat dengan perkataan yang tepat untuk menggantikan sesuatu maksud. Metonomi telah digunakan dalam 2 (5%) episod PNS iaitu PNS 024 dan PNS 030. PNS 024 berkaitan dengan tema penyalahgunaan internet. Mesej ini dapat dipaparkan dengan lebih jelas dan mendalam dengan menggunakan metonomi tempat. Hal ini dianggap relevan kerana diksi metonomi berjaya mengungkapkan matlamat penerbit iaitu penyalahgunaan internet boleh menyebabkan nama tercemar.

Sebagai contoh watak dalam episod PNS 024 akan mengatakan bahawa, '**nak bermain-main dengan saya ya. Semua gambar dan video awak ada pada saya. Saya akan upload semua ini. Biar pergi ke seluruh negara**' (*e:tti viTuRen. u:rukke: pogep pogutu*). Perbuatan tidak bertanggungjawab seseorang yang menyalahgunakan internet mampu menjatuhkan air muka seseorang yang bersikap baik. Diksi metonomi *u:rukke: pogep pogutu* membawa maksud bahawa seluruh negara akan mengetahui tentang seseorang itu. Diksi metonomi yang mengatakan *u:rukke: pogep pogutu* berjaya menyampaikan mesej dengan serba ringkas tetapi dengan penuh berunsur gaya retorik.

PNS 030 bertemakan sikap mengata orang. Ramai yang hilang persahabatan yang jati kerana sikap mengata mereka. Tema ini berjaya ditunjukkan dengan sebaiknya dengan menggunakan diksi metonomi. Dalam PNS 030 ini, diksi metonomi tempat digunakan. Apabila gadis ini ingin mengata kawannya dia menggunakan ungkapan 'membeli-belah

konon.... Saya kenal benar dia ni.... pandai berpura-pura' '*Shopping po:Ra:ngela:m shopping ivengeLaippatti namakkutteriya:tu. vitta: ulegattaiye: vittiduva:nge*'.

Diksi metonomi iaitu *vitta: ulegattaiye: vittiduva:nge* menunjukkan sikap mengata seseorang individu yang mengatakan kawannya sanggup berpura-pura dan mampu menjual bumi ini dengan kata-katanya. Diksi ini membawa maksud yang agak tajam bahawa, gadis ini pandai bermain dengan kata-kata untuk menunjukkan sikap buruknya itu. Metonomi mampu menjual bumi ini berjaya menunjukkan sikap terkutuk gadis itu. Hal ini bermaksud diksi metonomi berjaya membawa perubahan dalam diri para pendengar.

4.3.6 Ironi

Ironi merupakan satu gaya bahasa retorik yang mempunyai maksud bertentangan. *Irony, 'use of a word in such a way as to convey a meaning opposite to the literal meaning of the word'* (1999:405). Ironi digunakan dalam 2 (5%) episod PNS iaitu PNS 008 dan PNS 035. Ironi biasanya membawa dua maksud yang bertentangan. Dalam PNS 008 yang bertemakan berbelanja mengikut bajet, menggunakan unsur ironi.

Seorang gadis ditunjukkan begitu ghairah dalam membeli barang-barang yang memang sudah dimilikinya. Hal ini berlaku sebaik sahaja gadis ini mendapat gaji bulanannya. Pada akhir bulan itu, gadis ini hanya memakan mee segera kerana tiada wang untuk dibelanja. Hal ini ditegur sejak awal oleh kawan gadis ini dengan mengatakan benda-benda yang gadis itu ingin membeli memang tidak diperlukan. Kawan gadis itu mengatakan 'kamu kan dah ada benda-benda ini semua'. Gadis yang ghairah membeli pula mengatakan 'memang ada... tetapi yang ini pun cantiklah'.

Dalam situasi seumpama inilah penerbit PNS menggunakan konsep ironi untuk menyedarkan gadis itu. Kawannya mengatakan ‘kalau macam itu belilah...belilah’(va:ngu va:ngu). Nada sinis gadis yang mengatakan belilah.. belilah sebenarnya membawa maksud dia akan mengalami kesusahan nanti.

Ironi dalam PNS 035 pula lebih berupa perbuatan dan bukan melalui perkataan. Gadis yang didera oleh suaminya ditunjukkan ‘ketawa’ kerana kesakitan. Hal ini juga boleh dianggap sebagai ironi yang menyebabkan ramai terfikir kenapa ‘gadis ini ketawa setelah menerima pukulan?’.

4.3.7 Personifikasi

Personifikasi adalah gaya retorik yang menerangkan objek bukan manusia dengan sifat manusia. Hanya satu (2%) episod yang telah menggunakan unsur personifikasi. PNS 018 bertemakan barang kemas dan keselamatannya. Berikut merupakan contoh personifikasi dalam PNS 018.

PNS 018 *unnaip pa:ttata:n naTama:Tum nagaikkaTai ma:tiriye: irukku.*
Kau nampak macam kedai emas yang bergerak pula.

Tema episod iaitu kepentingan barang kemas berjaya diungkapkan melalui unsur retorik personifikasi. Apabila seorang gadis memakai barang emas yang berlebihan, kawan jejakanya menegur si gadis itu. Teguran itu yang menggunakan unsur personifikasi iaitu *naTama:Tum nagaikkaTai*. Penggunaan personifikasi iaitu *naTama:Tum nagaikkaTai* (*kedai emas yang bergerak*) bertujuan untuk menyedarkan gadis yang memakai barang emas yang berlebihan.

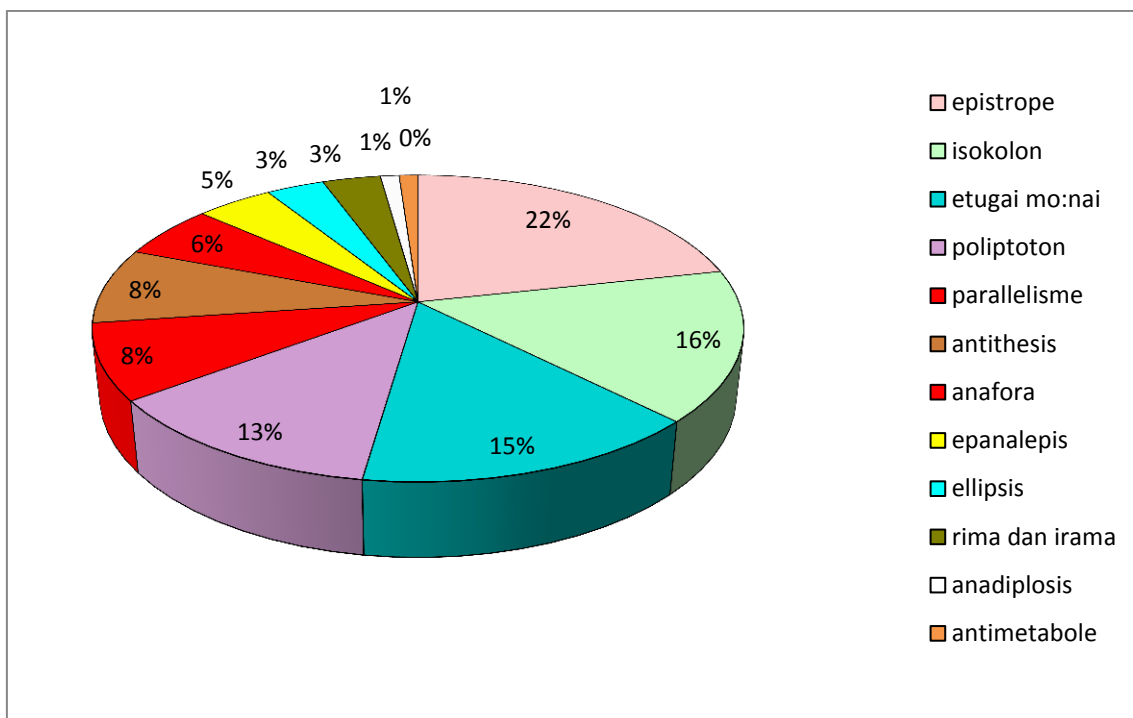
Kedai emas biasanya akan dipenuhi dengan pelbagai jenis barang emas yang agak menarik. Hal ini akan menjadi sesuatu yang luar biasa apabila seorang gadis memakai banyak barang emas. Keunikan si jejaka yang mampu memberi nyawa kepada kedai emas dan membayangkan kedai itu bergerak merupakan satu keupayaan pihak penerbit yang unik. Hal ini berjaya menarik minat para pendengar dan menyebabkan mereka terus terpesona dengan PNS ini di saluran radio THR Raaga.

4.3.8 Metafora

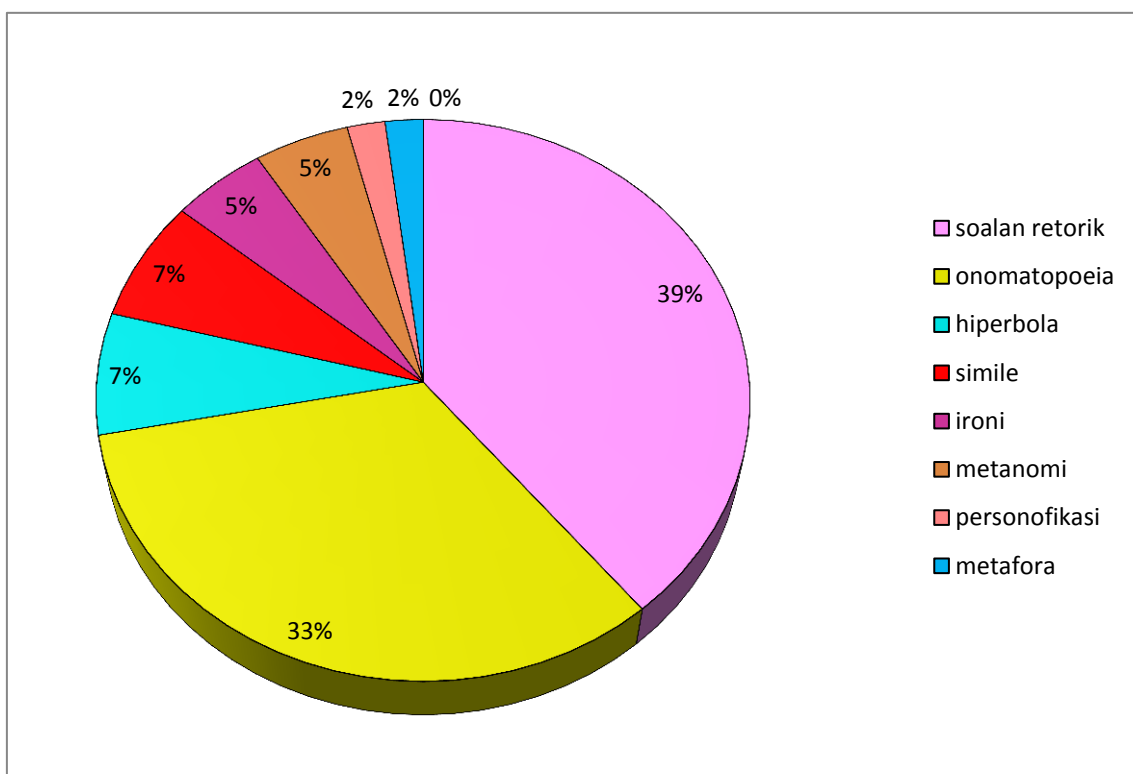
Metafora merupakan satu gaya perbandingan antara dua perkara yang berlainan sifat tetapi mempunyai sesuatu persamaan. Metafora hanya digunakan sekali (2%) sahaja dalam PNS THR Raaga ini. PNS 035 bertemakan penganiayaan kaum wanita. Tema ini berjaya dipaparkan dengan begitu unik dan berkesan melalui metafora yang digunakan.

Dalam PNS 035, apabila berlaku pertelingkahan antara sepasang suami isteri, si suami mengatakan bahawa, 'kamu berani bermain dengan singa ini?'. Perkataan **singa** di sini membawa maksud binatang buas yang mampu menewaskan binatang lain dengan mudah dengan kekuatan fizikalnya. Perbandingan lelaki sebagai singa ini jelas memaparkan sejauhmana penganiayaan dilakukan ke atas gadis yang hanya menjadi tikus di depan seekor singa. *inte singettukiTTaiya viLaiya:Ndu pa:rkkeRe?* Hal ini dengan agak jelas menunjukkan bahawa metafora berjaya menghidupkan tema yang dipaparkan dengan jayanya.

Dapatan kajian kedua-dua gaya retorik skema dan majas dapat dijelaskan dalam carta berikut.



Carta 4.1 Gaya Retorik Berdasarkan Skema



Carta 4.2 Gaya Retorik Berdasarkan Majas (tropes)

4.4 Retorik-Retorik Yang Lain

Penerbit THR Raaga telah menggunakan gaya retorik seperti yang telah diterangkan dalam bahagian 4.2 dan bahagian 4.3. Berikut merupakan dapatan gaya retorik yang tidak dinyatakan dalam kerangka kajian Corbett dan Connors tetapi digunakan dalam PNS THR Raaga.

4.4.1 Pengulangan Perkataan Dua Kali

Selain daripada sepuluh bentuk perulangan yang dikemukakan dalam kerangka kajian Corbett dan Connors (1999), terdapat satu lagi perulangan yang lazim dalam budaya masyarakat India iaitu mengulang perkataan dua kali.

Dalam PNS ini terdapat dua puluh tujuh perkataan telah diulang sebanyak dua kali. Unsur pengulangan perkataan dalam masyarakat India ini amat ketara. Mereka sanggup mengulang perkataan itu dengan tujuan memberi penegasan kepada perkara yang diperkatakan. Pelbagai emosi individu dapat dilihat daripada pengulangan perkataan dua kali ini. Sebagai contoh, dalam PNS 002 yang mengulang kata '*a:mayai a:mayai*' menunjukkan perasaan terkejut pelakon itu yang menerima kura-kura (*turtle helmet*) untuk dipakai sebagai topi keledar.

Dalam PNS 003 pula *pa:rkiRen-pa:rkiRen* (saya akan memeriksa nanti) pula membawa emosi ketidakrelaan untuk membuat sesuatu. PNS 010 *cari-cari* (baik-baik) membawa maksud tak apa biarlah. PNS 010, PNS 028, pula membawa unsur penegasan kepada sesuatu perkara iaitu *mika-mika*. PNS 026 pula membawa unsur penegasan untuk kaum wanita.

*padicci padicci solRa:ñge. peNgaLukku kuRippa: driving rombe mukkiyamnu.
ya:raiyum etirpa:rkkat te:vaiyillalle ippe?*

Orang kata pengetahuan memandu itu penting bagi golongan wanita. Tak perlulah mengharapkan orang lain, kan?

PNS 017 pula menunjukkan perasaan ghairah seorang isteri apabila melihat banyak barang di pasar raya, dia menggunakan pengulangan *evvalavu porulu evvalavu porulu* yang bermaksud di pasar raya terdapat banyak barangan.

Dalam episod PNS 039, perasaan geram seorang isteri terhadap suaminya dinyatakan dengan pengulangan yang asyik mencurigai setiap pergerakan isterinya. Isteri mengatakan bahawa *santegam santegam* (curiga-curiga) untuk menunjukkan perasaan sedihnya.

Dengan ini jelas bahawa pengulangan satu perkataan dua kali bertujuan memperkukuhkan kesan emosi peserta dengan lebih jelas dan mendalam. Hal ini mampu melahirkan satu impak yang berpanjangan dalam diri pendengar lalu memberi kesan seperti yang diharapkan.

4.4.2 Nativisation

Budaya ‘menTamilkan’ Bahasa asing dengan menambahkan imbuhan-imbuhan Tamil di belakang kata-kata sama ada dengan kata-kata Bahasa Inggeris atau Bahasa Melayu dikatakan sebagai *nativisation*. Ini amat lazim dapat dilihat dalam PNS THR Raaga. Sebanyak 23 (57.5%) episod telah menggunakan teknik ini.

Dapatan juga menunjukkan bahawa dalam setiap episod *nativisation* ini digunakan lebih daripada sekali. Dalam PNS 022 terdapat *double manistan, roti canaiku, paperle, dan air*

suamle. Jika diteliti dengan lebih mendalam, setiap perkataan itu sendiri telah menggunakan tiga bahasa utama di Malaysia iaitu Bahasa Malaysia, Bahasa Inggeris dan Bahasa Tamil.

Sebagai contoh,

<u>Bahasa Inggeris</u>	<u>Bahasa Malaysia</u>	<u>Bahasa Tamil</u>
<i>double</i>	manis	<i>ta:n</i>
dua kali	manis	imbuhan penegas
maksud = sangat sangat manis		

Perkataan itu menunjukkan bahawa pelanggan itu mahukan gula dua kali ganda dalam minumannya. Penggunaan *nativisation* ini jelas membawa satu irama yang ketara dalam ayat ini.

4.4.3 Bahasa Tamil Lisan

Bahasa Tamil lisan menjadi pilihan pihak penerbit PNS THR Raaga. Sebagai contoh sebanyak 38 (95%) episod telah menggunakan Bahasa Tamil lisan. Dalam Bahasa Tamil lisan, biasanya penutur menggugurkan fonem atau morfem akhir dalam sesuatu perkataan. Sebagai contoh,

PNS 040 *enne paNNikiTTirukki:nge? yang sepatutnya menjadi*
enne paNNikik koNdirukkiRi:rkal?
 (apa anda sedang melakukan?)

Juruhebah menggunakan gaya bahasa lisan ini dalam episod-episod ini supaya semua lapisan masyarakat India dapat memahaminya dengan mudah.

4.4.4 Konotasi

Terdapat 8 (20%) konotasi dalam episod–episod PNS THR Raaga yang berkaitan dalam kajian ini. Leech (2003) dalam Siti Saniah (2009) menyifatkan konotasi beragam daripada individu ke individu dalam masyarakat bahasa yang sama. Hal ini menyebabkan makna konotasi juga tidak stabil dan banyak berubah-ubah (2009:101). Sebagai contoh,

PNS 040 *niRuttu un pa:TTai*.
(Hentikan repek kamu itu. Kenapa selalu ganggu...)

PNS ini bertemakan ikatan kasih sayang sesama suami isteri. Si suami melayan isterinya dengan baik pada awal perkahwinan mereka. Namun kasih sayangnya mula pudar lama-kelamaan.

Si isteri kerap kali memanggil suaminya yang berada di pejabat. Mula-mula suaminya menjawab dengan penuh kasih sayang. Kemudian dia menunjukkan perasaan marah *niRuttu un pa:TTai* (hentikan repek kamu itu). Di sini perkataan *pa:TTai* membawa maksud ‘repek’ dan bukan lagu yang merdu. Satu diksi pilihan iaitu (*pa:TTai*) berjaya membawa dua maksud yang berbeza serta menyampaikan mesej dengan lebih berkesan.

Episod PNS 039 pula membawa tema amalan curiga-mencurigai dalam kalangan suami isteri yang akan menyebabkan kemerosotan dalam rumah tangga. Si suami yang membenarkan isterinya pergi membeli belah, tetapi asyik membuat panggilan untuk mengetahui lokasi isterinya dan bersama siapa. Tujuan memanggil isteri bukan untuk menunjukkan kasih sayang tetapi curiga terhadap isterinya. Si isteri menjadi begitu marah dengan sikap suaminya yang keterlaluan lalu mengatakan *nadu roadle irukken*

(saya berada di tengah jalan raya). Tengah jalan raya membawa dua maksud yang berbeza iaitu secara fizikalnya berada di tengah jalan raya dan kedua berasa sedih dan berada dalam keadaan yang terumbang ambing kerana sikap suaminya yang keterlaluan itu.

Keupayaan pihak THR Raaga yang berjaya membawa konotasi ini sebaiknya harus dipuji kerana pemilihan diksi ini telah menyebabkan mesej dapat disampaikan dengan berkesan serta dapat berkekalan dalam diri para pendengar. Hal ini memberi kesedaran bahawa amalan memahami dan menghormati *keperibadian* teman hidup harus diamalkan.

4.4.5 Ekslamasi

Ekslamasi merupakan satu gaya retorik bagi menegaskan maksudnya. Unsur ini digunakan sebanyak 12 (30%) dalam PNS THR Raaga. Tujuan penggunaannya adalah bagi melahirkan isi hati, sama ada sakit, sedih, gembira, suka duka, dan sebagainya. Penggunaan kata seru ekslamasi menimbulkan kesan emosi yang tinggi dalam kalangan pendengar. PNS THR Raaga berjaya menggunakan kata **ekslamasi** seperti *aiyo*: (7 kali), *aiyaiyo*: (sekali), *ammamma*: (sekali), *a*: (sekali), *aTeTeTa*: (sekali), *accecco*: (sekali).

Jelas bahawa kesemua unsur ekslamasi ini bertujuan menunjukkan kesan emosi yang berbeza. Berikut merupakan kesan emosi yang ditunjukkan.

PNS 002	<i>aiyo:</i> (sakit)	
PNS 003	<i>aiyo:</i> (marah)	
PNS 009	<i>aiyo:</i> (malas)	
PNS 017	<i>ammamma:</i> , <i>aTeTeTa:</i> , <i>accecco:</i> (hairan)	
	<i>a:</i> (tahan perasaan marahnya),	
PNS 018	<i>aiyo:</i> (sedih)	
PNS 023	<i>aiyo:</i> , (rasa bersalah)	<i>aiyo:</i> (hampa)
PNS 030	<i>aiyaiyo:</i> (terkejut)	
PNS 039	<i>aiyo:</i> (marah)	

Kesan ekklamasi ini berkesan dalam budaya retorik untuk menyampaikan maklumat dengan lebih berkesan. Informasi dapat didedahkan kepada khalayak dengan lebih berkesan dengan nilai estetika yang tinggi.

4.4.6 Pengaruh Filem Tamil

Gaya retorik dalam PNS THR Raaga telah dipelbagaikan dengan kehadiran unsur filem. Kata-kata *catch phrases* yang paling diminati umum telah digunakan untuk mewujudkan kesan humor dalam PNS ini. Sebagai contoh, *a:ma doddu* (ya, noktah) bermaksud seseorang menerima pesanan orang lain dan ingin menghentikannya.

PNS 011 berjaya membawa mesej tentang persahabatan yang jati. Hal ini dapat dikemukakan dengan sebaiknya apabila perkataan *naNbe:NTa:* (*kawan*) dan *kaNNa:* (*nama orang*) digunakan. Penyampaian yang bersahaja serta lucu berjaya membawa maksud yang ingin disampaikan dengan sebaiknya.

PNS 015 pula mengutamakan tema budaya menipu dan tertipu. Si penipu menggunakan dialog *na:n avan illai* (saya bukan orangnya) membawa unsur humor dan pada masa yang sama membawa maksud yang terpedaya dengan kata-kata orang.

Contoh hidup seperti T.Rajagopal (PNS 012) turut digunakan PNS THR Raaga ini kerana mesejnya berkaitan dengan aktiviti bersukan. PNS 019 pula telah menunjukkan negara Malaysia sebagai sebuah negara yang kaya dengan alam semulajadi yang indah.

Keupayaan menggunakan adegan-adegan filem dan skrip dalam bentuk humor merupakan satu gaya retorik THR Raaga.

4.5 Analisis Soal Selidik

Soal selidik dijalankan untuk mencapai objektif kedua kajian iaitu ‘mengkaji kesan retorik terhadap pendengar dalam pengumuman PNS’. Sebanyak 50 borang soal selidik diedarkan kepada para responden. Mereka terdiri daripada 5 kategori seperti yang diterangkan dalam bab ketiga (sila rujuk Bab 3:92). Semua borang soal selidik ini berjaya dikutip dan diberi nombor 1 hingga 50 mengikut kategori.

Proses penganalisaan data berdasarkan soal selidik bertujuan untuk mencari peratus bagi setiap item yang digunakan. Proses ini melibatkan tiga bahagian utama soal selidik iaitu bahagian A, bahagian B dan Bahagian C. Bahagian A melibatkan latar belakang responden. Bahagian B melibatkan 5 soalan berstruktur. Bahagian C pula melibatkan analisa berdasarkan skala lima mata Likert.

Bahagian A melibatkan jantina, pekerjaan, pendidikan, pendidikan awal, berapa lama mendengar radio, berapa lama mendengar radio THR Raaga dan minat terhadap PNS.

Bahagian B dalam soal selidik melibatkan 5 item yang berbentuk struktur yang mengharapkan pendapat dan idea responden secara bertulis. Soalan–soalan dikemukakan seperti berikut:-

- i) Senaraikan rancangan kegemaran THR Raaga.
- ii) Adakah program PNS memberi apa-apa kesan ke atas diri anda? Kenapa?
- iii) Adakah anda terpengaruh dengan nasihat-nasihat PNS THR Raaga?
- iv) Adakah anda suka mendengar PNS THR Raaga? Kenapa?
- v) Apakah pendapat anda tentang program PNS THR Raaga?

Bahagian C melibatkan 15 item yang dibina berdasarkan kepada skala lima mata Likert. Kesemua dapatan kajian beserta dengan keputusan hasil soal selidik dapat dilihat dalam jadual-jadual berikut.

4.5.1 Bahagian A - Latar Belakang Responden

Bahagian ini meliputi beberapa bahagian yang berkaitan dengan latar belakang responden. Penganalisan data ini bertujuan mendapatkan gambaran secara umum mengenai responden.

Jadual 4.4 memaparkan latar belakang responden yang terlibat dalam kajian ini. Seramai 50 responden mengambil bahagian dalam kajian ini. Kajian ini dilakukan berasaskan peringkat kategori responden dengan pengumuman (PNS). Peringkat kategori responden disenaraikan seperti berikut untuk kedua-dua jadual 4.4 (latar belakang responden) dan 4.5 (kekerapan mendengar radio).

Jadual 4.4 Latar Belakang Responden

Kategori Responden	Jantina		Pekerjaan			Tahap Pendidikan				Pendidikan Awal Tamil	
	Lelaki	Perempuan	Pelajar	Kerajaan	Swasta	SPM	STPM	Ijazah	Sarjana	Ya	Tidak
a	5 10%	5 10%	10 20%	-	-	8 16%	2 4%	-	-	5 10%	5 10%
b	5 10%	5 10%	-	5 10%	5 10%	10 10%	-	-	-	2 4%	8 16%
c	5 10%	5 10%	10 20%	-	-	-	-	10 20%	-	9 18%	1 2%
d	5 10%	5 10%	6 12%	3 6%	1 2%	-	-	9 18%	1 2%	-	10 20%
e	5 10%	5 10%	-	9 18%	1 2%	1 2%	-	7 14%	3 6%	5 10%	5 10%
Jumlah	25 50%	25 50%	26 52%	17 34%	7 14%	19 38%	2 4%	26 52%	3 6%	21 42%	29 58%
	50 100%		50 100%			50 100%				50 100%	

Jadual 4.4 menunjukkan taburan responden berdasarkan jantina, pekerjaan, tahap pendidikan dan tahap pendidikan awal. Seramai 25 (50%) orang responden lelaki dan 25 (50%) orang responden perempuan terlibat dalam kajian ini. Untuk setiap kategori responden seramai 5 orang lelaki dan 5 orang perempuan dipilih. Tujuan melibatkan kaum lelaki dan perempuan adalah untuk mempelbagaikan responden yang mempunyai pemahaman dan pemikiran yang seringkali berbeza.

Jadual ini juga menunjukkan taburan responden berdasarkan kepada bidang pekerjaan. Didapati seramai 26 (52%) responden terdiri daripada kaum pelajar. Seramai 17 (34%) responden pula terdiri daripada kakitangan kerajaan sementara 7 (14%) orang pula merupakan pekerja swasta.

Didapati seramai 19 (38%) responden berpendidikan sehingga ke Sijil Pelajaran Malaysia (SPM). Seramai 2 (4%) orang mendapat pendidikan sehingga ke Sijil Tinggi

Pelajaran Malaysia (STPM). Seramai 26 (52%) orang berpendidikan sehingga ke peringkat ijazah. Seramai 3 (6%) merupakan golongan berpendidikan sarjana.

Tiada responden yang berpelajaran sehingga ke sekolah rendah atau Penilaian Menengah Rendah (PMR). Ini menunjukkan bahawa semua responden yang terlibat telah menamatkan pendidikan rendah dan menengah selama sebelas tahun. Hal ini akan membantu usaha mendapatkan keputusan yang lebih tepat dan jitu.

Daripada analisis ini didapati seramai 21 (42%) responden terdiri daripada golongan yang berpendidikan awal di sekolah Tamil. Seramai 29 (58%) responden pula terdiri daripada golongan yang tidak berpendidikan Tamil. Hal ini dianggap penting untuk mendapatkan maklumbalas daripada kedua-dua golongan yang berpendidikan Tamil dan yang tidak berpendidikan Tamil.

Jadual 4.5 Kekerapan Mendengar Radio

Kategori Responden	Mendengar radio				Mendengar radio THR				Prihatin tentang PNS			
	1-6 jam	7-12jam	13-18jam	19-24jam	1-6 jam	7-12jam	13-18jam	19-24jam	tidak prihatin	kadang-kadang	selalu	selalu dengan teliti
a	9 18%	1 2%	-	-	9 18%	1 2%	-	-	-	5 10%	3 6%	2 4%
b	10 20%	-	-	-	10 20%	-	-	-	-	6 12%	4 8%	-
c	9 18%	-	-	1 2%	10 20%	-	-	-	-	6 12%	4 8%	-
d	8 16%	2 4%	-	-	8 16%	2 4%	-	-	-	4 8%	3 6%	3 6%
e	9 18%	1 2%	-	-	9 18%	1 2%	-	-	-	6 12%	3 6%	1 2%
	45 90%	4 8%	-	1 8%	46 92%	4 8%	-	-	-	27 54%	17 34%	6 12%
	Jumlah 50 responden 100%				Jumlah 50 responden 100%				Jumlah 50 responden 100%			

Jadual 4.5 menunjukkan taburan kekerapan responden mendengar radio berdasarkan kategori responden. Kajian ini menunjukkan bahawa seramai 45 (90%) responden mengaku bahawa mereka mendengar radio selama satu hingga enam jam sehari. 4 (8%) lagi responden pula mengatakan bahawa mereka mendengar radio tujuh hingga dua belas jam sehari. Tiada responden yang memilih masa 13 hingga 18 jam. Hanya seorang responden (2%) mengaku bahawa beliau mendengar radio selama 19 hingga 24 jam dalam sehari. Hal ini menunjukkan bahawa hampir semua responden suka mendengar radio dalam kehidupan harian mereka.

Kajian ini menunjukkan bahawa seramai 46 (92%) responden mengaku bahawa mereka mendengar radio THR Raaga selama 1 hingga 6 jam sehari. 4 (8%) lagi responden pula mengatakan bahawa mereka mendengar radio THR Raaga 7 hingga dua 12 jam sehari.

Tiada responden yang memilih masa untuk kategori 13 hingga 18 jam dan 19 hingga 24 jam sehari.

Keadaan ini menunjukkan bahawa hampir semua responden gemar mendengar radio THR Raaga setiap hari. Ini terbukti bahawa para responden tidak akan terlepas daripada mendengar pengumuman PNS.

Jadual 4.5 menunjukkan keprihatinan responden berkaitan dengan pengumuman PNS THR Raaga. Dapatan analisis menunjukkan bahawa seramai 6 (12%) orang responden mengaku mereka suka mendengar program ini selalu dengan teliti. Seramai 17 (34%) mengaku mereka sentiasa mendengar program ini. Seramai 27 (54%) orang bersetuju bahawa mereka mendengar PNS kadang-kadang.

Secara keseluruhannya, didapati semua responden mendengar dan menghayati pengumuman PNS yang disiarkan oleh THR Raaga.

4.5.2 Bahagian B - Soalan Berstruktur

Bahagian ini mengandungi 5 soalan berstruktur untuk mengetahui pendapat responden tentang pengumuman PNS.

4.5.2.1 Program Kegemaran Responden

Jadual menunjukkan senarai program yang disiarkan dalam radio THR Raaga mengikut kegemaran responden kajian.

Jadual 4.6 Program Kegemaran Responden Dalam Radio THR Raaga

Bil	Nama Rancangan	Jumlah Responden
1	<i>kalakkal ka:lai</i> (pagi yang menyeronokkan)	40
2	Love at Raaga	21
3	<i>Hyper ma:lai</i> (petang yang menggembirakan)	16
4	<i>Ra:ga unggal Twenty Three</i> (pilihan lagu 23)	16
5	Top Ten Hits	15
6	<i>Ithu eppadi erukku</i> (macam mana ini)	15
7	Berita	11
8	Lagu-lagu Tamil	4
9	PNS	3
10	<i>paTiyal patina:Ru</i> (senarai 16)	2
11	Teka bunyi	2
12	<i>Guysah Girlsah?</i>	1
13	Hot sports	1
14	Malaysian Top Ten Hits	1

Analisis menunjukkan bahawa 40 orang responden gemar mendengar *kalaakkal kaalai*. 21 orang responden mendengar *Love at Raaga* manakala *Hyperma:lai* dan *Raaga unggal Twenty Three* digemari oleh 16 orang responden. *Ithu eppadi erukku* dan *Raaga Top Ten* digemari oleh 15 orang responden. Seramai 11 orang responden berminat terhadap berita manakala hanya 4 responden memilih lagu Tamil sebagai pilihan mereka. Jadi, program kegemaran ini menunjukkan bahawa semua responden tidak lupa mendengar radio dalam kehidupan mereka. Keupayaan mendengar radio setiap masa menunjukkan bahawa ,mereka tidak akan terlepas mendengar PNS THR Raaga.

Walaupun PNS tidak menjadi satu program secara tersendiri, namun masih 3 orang responden memilih PNS sebagai pilihan rancangan kegemaran mereka. Program teka bunyi dan *paTiyal patina:Ru* masing-masing menjadi pilihan dua orang responden. Program-program seperti *Guysah Girlsah*, hot sports dan Malaysian Top Ten dipilih oleh seorang responden sahaja.

Ini dengan jelas menunjukkan bahawa semua responden tidak terlepas daripada mendengar pengumuman PNS kerana mereka secara tidak sedar mendengar PNS setiap jam antara setiap program perdana yang tersenarai dalam jadual.

4.5.2.2 Keberkesanan Pengumuman PNS

Para responden mempunyai pandangan yang positif, negatif, kurang pasti dan sederhana tentang keberkesanan pengumuman PNS ini. Hasil kajian diberikan dalam jadual berikut.

Jadual 4.7 Keberkesanan Pengumuman PNS THR Raaga

Bil	Perkara	Jawapan Responden					Jumlah
		Positif	Negatif	Kurang Pasti	Sederhana	Tiada Jawapan	
1	Memberi kesan	39 (78%)	6 (12%)	1 (2%)	1 (2%)	3 (6%)	50 100%

Daripada jadual didapati seramai 39 (78%) orang responden mengaku yang pengumuman PNS ini membawa kesan positif yang mendalam dalam diri mereka akan tetapi seramai 3 (6%) orang responden tidak memberi jawapan bagi soalan ini.

Seramai 6 (12%) responden mengaku program PNS tidak membawa kesan kepada mereka. Seorang responden (2%) mengaku bahawa program ini memberi kesan yang sederhana dan seorang lagi kurang pasti tentang keberkesanannya. Secara keseluruhannya, pengumuman PNS membawa kesan positif kepada pendengar.

4.5.2.3 Responden Terpengaruh Dengan Nasihat-nasihat PNS

Jadual menunjukkan hasil dapatan yang berkaitan dengan persoalan sama ada responden terpengaruh atau tidak dengan nasihat-nasihat yang diberikan melalui PNS THR Raaga.

Jadual 4.8 Responden Terpengaruh Dengan Nasihat-nasihat PNS THR Raaga

Bil	Perkara	Jawapan Responden					Jumlah
		Sangat setuju	Setuju	Kadang-Kadang	Tidak Pasti	Tidak Setuju	
1	Terpengaruh dengan nasihat-nasihat PNS	1 (2%)	28 (56%)	7 (14%)	3 (6%)	11 (22%)	50 (100%)

Analisis menunjukkan bahawa seorang (2%) amat bersetuju dengan hal ini dan seramai 28 (56%) responden bersetuju bahawa mereka terpengaruh dengan nasihat-nasihat PNS. Seramai 7 (14%) responden mengaku mereka terpengaruh kadang-kadang sahaja manakala 3 (6%) tidak pasti tentang keberkesanannya. Seramai 11 (22%) responden pula mengatakan mereka tidak terpengaruh dengan nasihat-nasihat yang disampaikan melalui pengumuman ini.

Secara keseluruhannya seramai 29 (58%) orang responden terpengaruh oleh nasihat-nasihat PNS. 11 (22%) responden tidak terpengaruh dengan pengumuman PNS ini.

4.5.2.4 Bilangan Yang Suka Mendengar Pengumuman PNS THR Raaga

Didapati para responden memberi tiga pilihan jawapan untuk soalan ini iaitu ya, kadang-kadang dan tidak. Terdapat juga responden yang tidak menjawab soalan ini. Namun, didapati jumlah responden yang bersetuju dengan hal ini agak tinggi.

Jadual 4.9 Bilangan Responden Yang Suka Mendengar Pengumuman PNS THR Raaga

Bil	Perkara	Jawapan Responden				Jumlah
		Ya	Kadang-kadang	Tidak	Tiada Jawapan	
1	Suka mendengar PNS	36 (72%)	4 (8%)	9 (18%)	1 (2%)	50 (100%)

Jadual menunjukkan bahawa seramai 36 (72%) responden bersetuju bahawa memang mereka suka mendengar pengumuman PNS THR Raaga. Seramai 9 (18%) pula mengaku mereka tidak suka mendengar program ini. 4 (8%) responden mengatakan mereka hanya mendengar program ini kadang-kadang sementara seorang responden tidak menjawab soalan ini. Keadaan ini boleh disimpulkan bahawa 40 (80%) responden kajian ini suka mendengar pengumuman PNS THR Raaga.

4.5.2.5 Pendapat Responden Tentang PNS THR Raaga

Jadual menunjukkan reaksi responden mengenai pengumuman PNS. Terdapat tiga bentuk jawapan iaitu positif, negatif dan juga sederhana. Terdapat responden yang tidak menjawab soalan ini.

Jadual 4.10 Pendapat Responden Tentang PNS THR Raaga

Bil	Perkara	Jawapan Responden				Jumlah
		Positif	Negatif	Sederhana	Tiada Jawapan	
1	Pendapat responden tentang PNS	38 (76%)	3 (6%)	2 (4%)	7 (14%)	50 (100%)

Didapati seramai 38 (76%) orang responden memberi pandangan yang agak positif mengenai pengumuman PNS ini. Hanya seramai 3 (6%) orang memberi pandangan negatif. Seramai 2 (4%) responden pula mengaku yang pengumuman PNS ini hanya

membawa kesan yang sederhana sahaja manakala 7 (14%) orang tidak menjawab soalan ini.

Seramai 38 (76%) orang responden menganggap PNS ini membawa kesan positif dan hanya 3 (6%) mengatakan pengumuman ini tidak berfaedah.

4.5.3 Bahagian C Soal Selidik -Skala Lima Mata Likert

Jadual 4.11 Dapatan Kajian Soal Selidik Bahagian C

Bil	Perkara	Dapatan					Jumlah Responden/ Peratus
		Amat Baik	Baik	Sederhana	Kurang	Tiada	
1	Mengikut keperluan semasa	13 26%	26 52%	6 12%	3 6%	2 4%	50 100 %
2	Mengikut keupayaan minda seseorang	10 20%	25 50%	9 18%	3 6%	3 6%	50 100%
3	Memperlihatkan keindahan Bahasa Tamil	5 10%	13 26%	19 38%	7 14%	6 12%	50 100 %
4	Memberi nilai keindahan Kesusasteraan Tamil	5 10%	9 18%	18 36%	9 18%	9 18%	50 100%
5	Mendedahkan nilai-nilai murni	15 30%	22 44%	9 18%	3 6%	1 2%	50 100 %
6	Menghiburkan	23 46%	23 46%	1 2%	3 6%	0 -	50 100%
7	Mengandungi nilai retorik Bahasa Tamil	6 12%	18 36%	13 26%	7 14%	6 12%	50 100 %
8	Mencerminkan nilai dan budaya masyarakat India	10 20%	19 38%	14 28%	4 8%	3 6%	50 100%
9	Menerapkan nilai 'KeMalaysiaan'	11 22%	20 40%	14 28%	2 4%	3 6%	50 100 %
10	Mendorong untuk berfikir	13 26%	21 42%	12 24%	1 2%	3 6%	50 100%
11	Mengembangkan Bahasa Tamil sebagai " <i>semmozhi</i> "	7 14%	13 26%	11 22%	12 24%	7 14%	50 100 %
12	Membawa unsur humor (unsur jenaka)	18 36%	18 36%	12 24%	2 4%	0 -	50 100%
13	Memberi informasi yang ringkas dan padat	13 26%	22 44%	12 24%	2 4%	1 2%	50 100 %
14	Mengandungi maklumat yang sangat bernas	9 18%	25 50%	9 18%	3 6%	4 8%	50 100%
15	Mengandungi pengaruh filem Tamil	16 32%	17 34%	14 28%	2 4%	1 2%	50 100%

Jadual 4.11 menunjukkan dapatan kajian soal-selidik bahagian C. Jadual menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mengikut keperluan semasa**. Apa yang dapat diperhatikan daripada analisis ini ialah, seramai 13 (26%) responden mengaku bahawa memang PNS mengikut keperluan semasa dengan amat baik. Seramai 26 (52%) responden pula mengatakan PNS mengikut keperluan semasa dengan baik.

Seramai 6 (12%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 3 (6%), responden mengaku PNS tidak mengikut keperluan semasa manakala 2 (4%) responden mengatakan program ini tidak langsung mengikut keperluan semasa.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa sebahagian besar responden iaitu 39 (78%) mengaku bahawa program PNS ini mengikut keperluan semasa.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mengikut keupayaan minda seseorang**. Apa yang dapat diperhatikan daripada analisis ini ialah, seramai 10 (20%) responden mengaku bahawa memang PNS mengikut keupayaan minda seseorang dengan amat baik. Seramai 25 (50%) responden pula mengatakan PNS mengikut keupayaan minda dengan baik.

Seramai 9 (18%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 3 (6%), responden mengaku PNS tidak mengikut keupayaan minda seseorang dan 3 (6%) responden lain mengatakan program ini tidak langsung mengikut keupayaan minda seseorang.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa sebahagian besar responden iaitu 35 (70%) mengaku bahawa program PNS ini mengikut keupayaan minda seseorang.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS berupaya memperlihatkan keindahan Bahasa Tamil**. Apa yang dapat diperhatikan daripada analisis kajian ini ialah, seramai 5 (10%) responden sahaja yang mengaku bahawa memang PNS memperlihatkan keindahan Bahasa Tamil dengan amat baik. Seramai 23 (26%) responden pula mengatakan PNS memperlihatkan keindahan Bahasa Tamil dengan baik.

Seramai 19 (38%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 7 (14%), responden mengaku PNS tidak memperlihatkan keindahan Bahasa Tamil manakala 6 (12%) mengatakan program ini tidak langsung memperlihatkan keindahan Bahasa Tamil.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa sebahagian besar responden iaitu 18 (36%) mengaku bahawa program PNS ini memperlihatkan keindahan Bahasa Tamil. Ini bermaksud hanya sebahagian kecil responden yang mengaku PNS ini memperlihatkan keindahan Bahasa Tamil.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS berupaya memberi nilai keindahan Kesusasteraan Tamil**. Apa yang dapat diperhatikan daripada analisis kajian ini ialah, seramai 5 (10%) responden sahaja yang mengaku bahawa memang PNS berupaya memberi nilai keindahan Kesusasteraan Tamil dengan amat baik. Seramai 9 (18%) responden pula mengatakan PNS berupaya memberi nilai keindahan Kesusasteraan Tamil dengan baik.

Seramai 18 (36%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 9 (18%), responden mengaku PNS tidak berupaya memberi nilai keindahan kesusasteraan Tamil sementara jumlah responden yang sama iaitu 9 (18%) mengatakan program ini langsung tidak berupaya memberi nilai keindahan kesusasteraan Tamil.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa sebahagian besar responden iaitu 18 (36%) mengaku bahawa program PNS ini tidak berupaya memberi nilai keindahan kesusasteraan Tamil dan jumlah responden yang sama iaitu 18 (36%) juga memberi tahap sederhana sahaja. Ini bermaksud hanya sebahagian kecil responden yang mengaku PNS ini memberi nilai keindahan kesusasteraan Tamil.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mendedahkan nilai-nilai murni**. Apa yang dapat diperhatikan daripada analisis kajian ini ialah, seramai 15 (30%) responden mengaku bahawa memang PNS berupaya mendedahkan nilai-nilai murni dengan amat baik. Seramai 22 (44%) responden pula mengatakan PNS berupaya mendedahkan nilai-nilai murni dengan baik.

Seramai 9 (18%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 3 (6%), responden mengaku PNS tidak berupaya mendedahkan nilai-nilai murni sementara 1 (2%) mengatakan program ini langsung tidak mendedahkan nilai-nilai murni.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa sebahagian besar responden iaitu 37 (74%) mengaku bahawa program PNS ini mendedahkan nilai-nilai murni dan hanya jumlah

responden yang kecil iaitu 4 (8%) mengatakan PNS kurang dan tidak mendedahkan nilai-nilai murni.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS menghiburkan**. Apa yang dapat diperhatikan daripada analisis kajian ini ialah, seramai 23 (46%) responden mengaku bahawa memang PNS berupaya menghiburkan responden dengan amat baik. Seramai 23 (46%) responden pula mengatakan PNS masih berupaya menghiburkan dengan baik.

Seorang (2%) responden sahaja mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 3 (6%), responden mengaku PNS tidak berupaya menghiburkan sementara tidak seorang responden pun mengatakan program ini langsung tidak menghiburkan.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa sebahagian besar responden iaitu 46 (92%) mengaku bahawa program PNS ini menghiburkan dan hanya jumlah responden yang kecil iaitu 3 (6%) mengatakan PNS kurang menghiburkan.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mengandungi nilai retorik Bahasa Tamil**. Analisis kajian ini menunjukkan bahawa seramai 6 (12%) responden sahaja yang mengaku bahawa memang PNS mengandungi nilai retorik Bahasa Tamil dengan amat baik. Seramai 18 (36%) responden pula mengatakan PNS mengandungi nilai retorik Bahasa Tamil.

Seramai 13 (26%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 7 (14%), responden mengaku PNS kurang mengandungi nilai

retorik Bahasa Tamil sementara 6 (12%) berpendirian bahawa PNS langsung tidak mengandungi nilai retorik Bahasa Tamil.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 24 (48%) mengaku bahawa program PNS ini mengandungi nilai retorik Bahasa Tamil dan 13 (26%), menunjukkan keputusan sederhana dan 13 (26%) responden beranggapan PNS ini kurang dan tidak mengandungi nilai retorik Bahasa Tamil.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mencerminkan nilai dan budaya masyarakat India**. Analisis kajian ini menunjukkan bahawa seramai 10 (20%) responden mengaku bahawa memang PNS mencerminkan nilai dan budaya masyarakat India dengan amat baik. Seramai 19 (38%) responden pula masih bersetuju bahawa PNS mencerminkan nilai dan budaya masyarakat India.

Seramai 14 (28%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 4 (8%), responden mengaku PNS kurang mencerminkan nilai dan budaya masyarakat India sementara 3 (6%) berpendirian bahawa PNS langsung tidak mencerminkan nilai dan budaya masyarakat India.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 29 (58%) mengaku bahawa program PNS mencerminkan nilai dan budaya masyarakat India dan 7 (14%) responden beranggapan PNS ini kurang dan tidak mencerminkan nilai dan budaya masyarakat India.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS menerapkan nilai 'keMalaysiaan'**. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa seramai 11 (22%)

responden mengaku bahawa memang PNS menerapkan nilai 'keMalaysiaan' dengan amat baik. Seramai 20 (40%) responden pula masih bersetuju bahawa PNS menerapkan nilai 'keMalaysiaan'.

Seramai 14 (28%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 2 (4%), responden mengaku PNS kurang menerapkan nilai 'keMalaysiaan' sementara 3 (6%) berpendirian bahawa PNS langsung tidak menerapkan nilai 'keMalaysiaan'.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 31 (62%) mengaku bahawa program PNS menerapkan nilai 'keMalaysiaan' dan 5 (10%) responden beranggapan PNS ini kurang serta tidak menerapkan nilai 'keMalaysiaan'.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mendorong untuk berfikir**. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa seramai 13 (26%) responden mengaku bahawa memang PNS mendorong untuk berfikir dengan amat baik. Seramai 21 (42%) responden pula bersetuju bahawa PNS mendorong untuk berfikir.

Seramai 12 (24%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 1 (2%), responden mengaku PNS kurang mendorong untuk berfikir. Seramai 3 (6%) berpendirian bahawa PNS langsung tidak mendorong untuk berfikir.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 34 (68%) mengaku bahawa program PNS mendorong untuk berfikir dan 4 (8%) responden beranggapan PNS ini kurang serta tidak mendorong untuk berfikir.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mengembangkan Bahasa Tamil sebagai *semmolzhi***. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa seramai 7 (14%) responden mengaku bahawa memang PNS mampu mengembangkan Bahasa Tamil sebagai *semmolzhi* dengan amat baik. Seramai 13 (26%) responden pula masih bersetuju bahawa PNS mampu mengembangkan Bahasa Tamil sebagai *semmolzhi*.

Seramai 11 (22%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 12 (24%), responden mengaku PNS kurang mengembangkan Bahasa Tamil sebagai *semmolzhi*. Seramai 7 (14%) responden berpendirian bahawa PNS langsung tidak membantu usaha mengembangkan Bahasa Tamil sebagai *semmolzhi*.

Hasil yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 20 (40%) mengaku bahawa program PNS membantu usaha mengembangkan Bahasa Tamil sebagai *semmolzhi*.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS membawa unsur humor**. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa seramai 18 (36%) responden mengaku bahawa memang PNS mampu membawa unsur humor dengan amat baik. Seramai 18 (36%) responden pula bersetuju bahawa PNS mampu membawa unsur humor.

Seramai 12 (24%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 2 (4%), responden mengaku PNS kurang membawa unsur humor. Hasil kajian juga menunjukkan bahawa tiada responden yang mengatakan PNS ini tidak membawa unsur humor.

Hasil kajian yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 36 (72%) mengaku bahawa program PNS membawa unsur humor dan hanya 2 (4%) yang mengatakan PNS ini kurang membawa unsur humor.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS memberi informasi ringkas dan padat**. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa seramai 13 (26%) responden mengaku bahawa memang PNS mampu memberi informasi ringkas dan padat dengan amat baik. Seramai 22 (44%) responden pula masih bersetuju bahawa PNS mampu memberi informasi ringkas dan padat.

Seramai 12 (24%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 2 (4%), responden mengaku PNS kurang memberi informasi ringkas dan padat. Hasil kajian juga menunjukkan bahawa hanya seorang responden yang mengatakan PNS ini tidak memberi informasi ringkas dan padat.

Hasil kajian yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 35 (70%) mengaku bahawa program PNS memberi informasi ringkas dan padat dan hanya 3 (6%) yang mengatakan PNS ini kurang dan tidak memberi informasi ringkas dan padat.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mengandungi maklumat yang sangat bernas**. Analisis kajian ini menunjukkan bahawa seramai 9 (18%) responden mengaku bahawa memang PNS mengandungi maklumat yang sangat bernas dengan amat baik. Seramai 25 (50%) responden pula masih bersetuju bahawa PNS mengandungi maklumat yang sangat bernas.

Seramai 9 (18%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 3 (6%), responden mengaku PNS kurang mengandungi maklumat yang sangat bernas. Hasil kajian juga menunjukkan bahawa 4 (8%) responden mengatakan PNS ini tidak mengandungi maklumat yang sangat bernas.

Hasil kajian yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 34 (68%) mengaku bahawa program PNS mengandungi maklumat yang sangat bernas dan hanya 4 (8%) yang mengatakan PNS ini tidak mengandungi maklumat yang sangat bernas.

Jadual 4.11 menunjukkan tindak balas responden berkaitan dengan **PNS mengandungi pengaruh filem Tamil**. Hasil kajian ini menunjukkan bahawa seramai 16 (32%) responden mengaku bahawa memang PNS mengandungi pengaruh filem Tamil dengan amat baik. Seramai 17 (34%) responden pula masih bersetuju bahawa PNS mengandungi pengaruh filem Tamil.

Seramai 14 (28%) responden mengatakan hal ini memainkan peranan pada kadar yang sederhana sahaja. Seramai 2 (4%), responden mengaku PNS kurang mengandungi pengaruh filem Tamil. Hasil kajian juga menunjukkan bahawa hanya seorang responden yang mengatakan PNS ini tidak mengandungi pengaruh filem Tamil. Hasil kajian yang diperolehi menunjukkan bahawa seramai 33 (66%) mengaku bahawa program PNS mengandungi pengaruh filem Tamil.

4.6 Analisis Temu Bual Pelakon

4.6.1 Persoalan 1

Apakah bidang tugas anda dalam pengumuman PNS THR Raaga?

Para pelakon mengatakan tugas mereka ‘*all rounded*’, dan mereka harus merancang dan menyediakan segala keperluan sehingga episod mereka disiarkan. Sebelum situasi program ini ke udara, keutamaan diberikan kepada isu-isu semasa yang hangat diperkatakan oleh masyarakat Malaysia. Jadi dalam mesyuarat, tajuk-tajuk utama akan dipertengahan dan dibahagikan kepada setiap individu pelakon. Pada mulanya pelakon akan menulis skrip dan membetulkannya sebelum melalui proses merekod dan ini memerlukan kelulusan pegawai tinggi. Setelah pembetulan dibuat, situasi akan direkodkan dengan bantuan para pelakon sampingan.

oRu na:L ve:NDum. oVoru aRivippa:lavukkum oRu kaTamai undu..... oVoru a:Lum ovu talaipai eDutthuko:lvargal.skrip eluti avargale atanai record seitu avargale atanai veliyiduar. kanDippa:ga me:latika:viyin approvaluTan.

(pelakon 002)

4.6.2 Persoalan 2

Siapakah yang akan menyediakan skrip program ini?

Setiap juruhebah selaku pelakon mempunyai kebebasan mutlak dalam menyediakan skrip. Menurut mereka sebenarnya idea untuk menulis skrip lazimnya didapati daripada isu-isu yang dibincangkan dalam kalangan masyarakat dewasa ini. Mereka hanya memberi bentuk kepada skrip tersebut. Skrip akan disediakan seperti kehendak pegawai tinggi.

Skrip disediakan dengan berdasarkan unsur-unsur berikut:

- a) tidak mengandung unsur sedih
- b) tidak ada kata-kata seperti jangan, di larang, tak boleh
- c) berlakon dengan mengutamakan unsur humor
- d) mempunyai adegan-adegan filem

Setelah mendapat kelulusan pegawai tinggi, situasi terus direkodkan.

4.6.3 Persoalan 3

Apakah harapan penerbit terhadap anda, dalam melakonkan sesuatu watak program ini?

Para pelakon mengaku bahawa episod-episod ini biasanya disiarkan secara selingan. Maka tumpuan diberikan untuk mendapatkan hasil yang baik. Mesej yang disampaikan harus membicarakan permasalahan kini. Keutamaan diberikan kepada gaya humor untuk menarik minat pendengar. Pelakon sebagai ahli masyarakat ini, mendapatkan pelbagai tajuk permasalahan terkini dan mengutarakannya melalui PNS demi memperbaiki permasalahan itu. Dengan cara sedemikian pelakon berjaya menyampaikan mesej yang diinginkan.

4.6.4 Persoalan 4

Adakah anda diberi peluang untuk memberi sebarang cadangan dalam melakonkan watak anda?

Dalam usaha melahirkan PNS ini, para juruhebah sebagai pelakon mempunyai segala kebebasan. Menurut pelakon, beliau mengutamakan bahasa sebagai ciri utama dalam episodnya. Menurutnya lagi, ramai menjadi peminat THR Raaga kerana pendekatan yang digunakan oleh mereka agak menarik yakni sesuatu pendekatan yang diinginkan oleh pendengar.

Sebagai contoh, budaya membaca (PNS 008) dilakonan oleh pelakon yang ditemubual. Menurut beliau, sekiranya menggunakan Bahasa Tamil standard seperti dalam teks penulisan, matlamat pelakon untuk mencapai pendengar tidak akan berjaya. Para pelakon sebagai personaliti radio, harus mengetahui citarasa pendengar radio dan bertindak mengikut keperluan dan kehendak mereka. Peribahasa Tamil yang berbunyi *a:Ti kaRakkaRa ma:aTtai a:Ti kaRakka ve:nDum, pa:Ti kaRakkaRa ma:Ttai pa:Ti ka:Rkka venTum* yang bermaksud, ‘gunakan cara yang sesuai untuk mencapai matlamat’ yang sama dengan peribahasa Melayu ‘masuk kandang kambing mengembek, masuk kandang lembu menguak’

Ada pelakon mengaku bahawa setiap orang mempunyai gaya tersendiri: ada yang menghormati bahasa percakapan, ada yang memuja bahasa standard. Semua ini adalah pegangan individu. Hal ini tidak dapat direalisasikan apabila tibanya masa untuk menghebahkannya melalui radio.

Ada pelakon yang mengaku bahawa kebebasan mutlak diberikan untuk melakonan adegan-adegan PNS ini. Namun pada masa yang sama terdapat isu-isu sensitif yang perlu diambil kira serta peraturan-peraturan media harus dipatuhi. Para pelakon diwajibkan sentiasa sejajar dengan pendapat kerajaan dan menyediakan skrip mengikut keperluan.

*taNNi aTikkakku:TaTu enpatu sensitive. Kannatasan ka:vakkudi enpatu pa:Tal. makkaL
pa:Takke:Ttu karuttai puRintu kolkinRanar. puNpattama sollanum.*

(pelakon 002)

Para pelakon cuma mempunyai satu kekangan iaitu faktor masa dalam melakonkan PNS ini. PNS ini perlu diberitahu dalam tiga puluh saat sahaja. Sekiranya bercakap secara panjang lebar, para pendengar berkecenderungan untuk lupa matlamat sebenar yang ingin disampaikan. Pelakon mengutamakan teknik ringkas dan padat untuk memastikan para pendengar dapat menerima mesej ini dengan agak mudah. Hal ini akan memanfaatkan semua pihak yang mendengar. Kesemua ini adalah harapan ketua mereka.

Secara keseluruhannya, faktor masa, ringkas dan padat, isu semasa, unsur jenaka dan diperkata dengan jenis *catch phrases* adalah harapan pegawai tinggi PNS ini.

4.6.5 Persoalan 5

Sejauh manakah bahasa menjadi salah satu kriteria dalam persembahan ini?

Ada pelakon yang mengaku kepentingan Bahasa Tamil agak diutamakan dalam PNS ini.

Cuma kepentingan dan gaya setiap slot akan berbeza mengikut cara setiap pelakon.

iLañarkaLkaLai kurukko:Lai koDDatu innika^lcci

(pelakon 003)

Kumpulan sasaran PNS ini adalah golongan pemuda-pemudi. Oleh itu ayat-ayat yang disusun turut mengutamakan gaya percakapan golongan muda. Maka keperluan untuk menggunakan Bahasa Inggeris menjadi suatu keperluan yang tidak dapat dielakkan.

Sekiranya seorang buruh yang tidak berpendidikan digunakan sebagai watak utama, adalah menjadi tidak relevan untuk menunjukkan yang dia menggunakan bahasa yang agak standard dalam percakapannya. Dalam keadaan seumpama ini jelas bahawa pemilihan bahasa yang standard, bahasa kolokial dan bahasa basahan bergantung kepada watak yang diutarakan dalam PNS ini.

Ada juga pelakon yang beranggapan bahawa, bahasa tidak memainkan peranan dalam PNS ini. PNS ini merupakan tanggungjawab sosial radio sebagai '*media broadcast*'. Polisi asas saluran radio ialah memainkan peranan kepada semua golongan masyarakat. Bahasa pertuturan formal dianggap memadai. Sekiranya para pendengar ingin memahami sesuatu, perlulah disebut dalam cara mereka. Kata-kata seperti *the matter is...* *machan...* perlu digunakan. *No other choice....* kalau tidak sejajar dengan laras mereka, mesej ini tidak akan sampai kepada para pendengar. Pelakon menyoal "kalau mesej tidak sampai kepada pendengar, apakah tujuan PNS ini?"

*sollum visayam avanai se:rⁿthu manatai adaiⁿtu ma:RRathai uNDakka ve:NDum. avanuTaiya paNiyil po:y pesina:l, **suthama:na tamillil solla ve:NDum enRa avasiyam ellai..... antha vayatu makkal ku:TTatai kuRi vaippatal, vayatu, avarkaLuDaiya sintanai, avarkaL pe:sum vitam a:kiyavaRRai manatil vaitu seytal anⁿta karuttukku matippu uNDu.***

(pelakon 002)

Pada pendapat pelakon ini, bahasa tidak memainkan peranan penting dalam hal ini memandangkan keutamaan mereka hanya terletak pada mesej. Maka pemahaman mereka tentang bahasa percakapan harian adalah memadai untuk menyampaikan mesej serta membawa perubahan dalam diri pendengar. Pelakon menyediakan skrip berdasarkan tiga perkara penting iaitu kumpulan sasaran, gaya pemikiran mereka dan gaya bahasa mereka. Sekiranya ketiga-tiga ini diguna pakai dengan betul, nescaya matlamat THR Raaga akan tercapai dengan mudah.

4.6.6 Persoalan 6

Apakah keperluan penggunaan bahasa standard dalam program ini?

Dua orang pelakon amat mengutamakan penggunaan Bahasa Tamil yang standard dalam PNS ini. Slot PNS yang melibatkan pelakon-pelakon ini memang menjadi bukti kukuh untuk pernyataan ini. Namun pelakon masih mengaku yang ‘tidak mungkin bahasa standard digunakan sepenuhnya dalam PNS ini’.

Seorang lagi beranggapan bahawa, bahasa lisan amat memadai untuk media massa seperti radio yang bermatlamat utama menyampaikan mesej.

4.6.7 Persoalan 7

Mungkinkah bahasa yang standard boleh digunakan sepenuhnya dalam program ini?

Bagaimanakah cara pelaksanaannya?

Menurut kesemua pelakon, keupayaan menggunakan Bahasa Tamil standard seratus peratus dalam program ini tidak akan menjadi relevan. Hal ini sedemikian kerana hasrat pihak THR Raaga untuk mencapai semua lapisan masyarakat tanpa mengira latar belakang sosioekonomi seseorang tidak akan berjaya. Hal ini yang menjadi penghalang utama kepada penggunaan seratus peratus Bahasa Tamil standard dalam program PNS THR Raaga.

4.6.8 Persoalan 8

Apakah masalah-masalah yang anda hadapi ketika melakonkan PNS ini?

Menurut salah seorang pelakon, adakalanya bahasa itu membawa pelbagai konotasi kepada para pendengar. Sebagai contoh, dalam PNS *double parking*, boleh undur tetapi tidak mahu undur (*varum a:na varathu*) dilihat sebagai mempunyai konotasi yang negatif. Seperti bahasa, manusia juga unik pemikiran mereka. Hal ini yang menyebabkan terdapat pelbagai pendapat yang berbeza. Namun para pelakon masih mengaku PNS THR Raaga menjadi yang terbaik jika dibandingkan dengan yang lain-lain.

Seorang pelakon lagi sependapat dengan rakannya dengan mengetengahkan satu lagi isu iaitu PNS tentang penderaan isteri. PNS ini lebih berperanan menasihati wanita tentang peluang-peluang yang ada untuk mereka mempertahankan diri daripada penderaan suami. Pada petang yang sama ada seorang lelaki datang ke studio dengan kayu dan menjerit “siapa yang memberi nasihat kepada isteri saya” ?

Pada pendapat beliau, memukul isteri itu bukan salah. Dalam situasi sedemikian, pihak radio tidak boleh berpegang kepada pandangan individu tetapi pandangan masyarakat secara kolektif perlu diambil kira. Namun pelakon ini mengaku yang ‘*we must play safe*’ dengan memastikan tiada golongan yang berasa kecil hati. Maka sebab itulah unsur jenaka menjadi pilihan para pelakon.

Sudah pasti target pihak saluran radio THR Raaga ialah kumpulan generasi muda. Harapan pihak radio itu bukan mereka berubah esok. Hal ini akan mengambil masa yang agak lama. Harapan pihak saluran radio THR Raaga adalah jika usaha ini dimulakan sekarang, sekurang-kurangnya generasi baru yang akan datang berupaya dan berpegang kepada nilai-nilai murni ini.

iLaiyo:rukku. athuvum uTane ma:RRa mudiya:tu. ippo_lutu toTa_{ng}ginal atuta iLaiya talaimuRaiya:vathu ma:Rum enRa nambikaiyil.

(pelakon 001)

Seorang pelakon pula mengaku yang beliau tidak pernah menghadapi sebarang masalah dalam melakonan PNS ini. Beliau berpendapat bahawa kerja berpasukan amat penting dalam PNS THR Raaga ini. Dengan adanya *team work* yang agak baik di studio THR Raaga mereka mampu menghasilkan PNS dalam beberapa minit sahaja.

4.6.9 Persoalan 9

Program ini mempunyai banyak pengaruh filem Tamil dan unsur lucu. Apakah tujuannya?

Filem menjadi satu unsur yang tidak dapat dipisahkan daripada kehidupan manusia. Seperti burung *swan*, yang mampu membezakan air dan susu serta hanya meminum susu, manusia pun perlulah senantiasa pandai mengambil yang terbaik dan melepaskan yang kurang baik. Jadi pihak radio THR Raaga mengambil yang terbaik daripada filem dan menjadikannya sebahagian daripada PNS mereka. Hal ini menyebabkan para pendengar radio terima idea pihak THR Raaga dan cuba mengamalkan dalam kehidupan mereka.

Bentuk hiburan yang utama untuk masyarakat Malaysia mahupun masyarakat dunia adalah filem. Pada hakikatnya para generasi muda akan menonton hampir kesemua filem yang dikeluarkan. Mereka boleh membuat mimik seperti Vivek, ahli komedi dan menghafal kesemua dialog beliau. Kalau ingin menawan hati generasi ini, pihak radio wajib mengetahui “*liking*” mereka. Peribahasa Tamil yang berbunyi ‘*a:Ti kaRakkaRa ma:aTtai a:Ti kaRakka ve:nDum, pa:Ti kaRakkaRa ma:Ttai pa:Ti ka:Rkka venTum*’ yang bermaksud ‘gunakan cara yang sesuai untuk mencapai matlamat’.

Pihak media radio perlu menganalisis apakah keperluan dan keinginan generasi ini, apakah gaya bahasa dan cara penyampaian bahasa yang mereka minati, barulah menyediakan PNS ini. Inilah tujuan utama iklan iaitu *user friendly*. Sebab itu kehadiran humor dan adegan filem banyak mengambil tempat dalam PNS.

Perasaan lucu perlu dimiliki setiap insan manusia, tanpa unsur humor, kehidupan ini akan menjadi kosong semata-mata. Begitu juga dengan adegan-adegan televisyen. Televisyen telah menjadi satu keperluan asas kepada semua manusia di dunia ini. Ramai yang menganggap televisyen merupakan satu-satunya media yang mampu menghiburkan minda dan pada masa yang sama, menenangkan fizikal dan mental seseorang sekaligus. Dialog-dialog filem yang agak popular menjadi pilihan para pelakon dalam PNS.

4.6.10 Persoalan 10

Apakah teknik-teknik lain yang disarankan oleh penerbit dalam menjayakan program ini?

Unsur epigram iaitu menyampaikan mesej dalam satu atau dua ayat menjadi pilihan para pelakon. Teknik epigram menyebut sesuatu dengan tepat dan padat. Hal ini kerana masyarakat kini tiada masa untuk mendengar satu slot panjang. Maka wajarlah menyampaikan mesej dengan “ringkas dan padat”.

surukkama: solvate siRappu..... evvalakkevvalavu suruggac solla ve:Ndiya visayatai viraiva:kavum, aluttamagavum, eLimaiyagavum solRomo, anta aLavukku makkaLin manatil ne:gga itam peRirukkum.... ettanai varutam a:na:lum maRakka ma:ttangga.

(pelakon 001)

Muzik latar mendapat tempat utama apabila memperkatakan tentang teknik-teknik yang digunakan bagi setiap PNS yang disiarkan. Selain itu, teknik mengedit, nada suara, dan kesan bunyi juga amat penting dalam PNS ini. Penggunaan kesemua unsur ini amatlah diutamakan demi mendapatkan hasil yang baik dalam PNS ini. Kesan bunyi yang diberikan dalam program ini akan muncul dalam bentuk gambar bagi seseorang. Sekiranya gambar ini telah wujud dalam diri seseorang, maka boleh membuat kesimpulan bahawa, mesej pihak radio telah sampai kepada seseorang pendengar itu. Hal ini pernah dibuktikan secara saintifik.

Selain itu unsur lucu dan isu-isu semasa merupakan teknik yang amat diutamakan. Teknik klimaks juga amat diutamakan dalam PNS ini. Klimaks membantu mesej melekat dalam hati dengan agak mudah. Teknik bahasa yang bergaya juga diutamakan.

Hal ini bermaksud, teknik-teknik seperti epigram, unsur humor, latar muzik, gaya bahasa, klimaks, nada suara, teknik mengedit dan kesan bunyi amat penting untuk kejayaan PNS ini.

4.6.11 Persoalan 11

Adakah anda pernah menerima sebarang komen positif atau negatif daripada pendengar?

Dua pelakon beranggapan memang pujian diterima tetapi seorang pula menolak pendapat ini. Para pelakon tidak lain dan tidak bukan daripada golongan masyarakat biasa dan mereka juga menjadi sebahagian daripada masyarakat. Jadi dalam usaha untuk bersosial dengan mereka, para pelakon dapat mengetahui, hal yang mereka minati. Para pelakon menggunakan pendekatan mereka dan menyampaikan mesej dalam 30 saat

sahaja. Kejayaan pihak radio akan terserlah apabila mereka mengatakan “setelah mendengar PNS ini kami berubah”. Itulah kejayaan pihak THR Raaga. Faktor-faktor seperti singkat, cepat, unsur tegas dan mudah akan mencapai pendengar dengan mudah.

Ada juga pelakon yang berpendapat ‘*radio is a bigger rich*’. Para juruhebah akan tetap melakukan tugas mereka dengan sempurna dan pada masa yang mereka juga mendapat kepuasan diri daripada PNS ini. Jika generasi muda kini cuba diperbetulkan, generasi baru yang akan datang tetap akan berubah. Itulah harapan pihak radio. Bagi pihak THR Raaga, yang penting adalah berlaku perubahan dalam hati dan diri mereka supaya mengelakkan perkara-perkara negatif dalam diri mereka.

4.7 Analisis Temu Bual Pendengar Program

4.7.1 Persoalan 1

Senaraikan adegan-adegan pengumuman PNS THR Raaga?

Berikut merupakan beberapa slot PNS yang menjadi pilihan pendengar:-

SMS semasa memandu (PNS 001), gejala suka ponteng kerja (PNS009), keperluan menepati masa (PNS 013), amalan berjimat cermat (PNS 017), sikap membuang sampah (PNS019), amalan membaca (PNS020), pengemaskinian kereta yang keterlaluan (PNS 021), gejala pelajar ponteng sekolah (PNS 023), keperluan berdikari dalam kalangan wanita (PNS 026) dan kepentingan sumber air (PNS 028).

Daripada 40 slot PNS, 10 (25%) slot ini telah menarik minat para responden sehingga mereka tidak teragak-agak untuk menyebutnya. Keupayaan menyebut slot ini tanpa

berfikir panjang menunjukkan bahawa memang slot PNS ini menarik minat para responden.

4.7.2 Persoalan 2

Terdapat adegan filem dan unsur humor dengan banyaknya dalam program ini? Adakah ini menarik minat anda?

Kesemua responden bersetuju bahawa hal ini agak menarik minat mereka. Mereka berpendapat bahawa, adegan filem dan unsur humor mudah diingati kerana kedua-dua perkara ini sering diulang-ulang dalam media. Jadi penyampaian mesej yang menggunakan kaedah ini menyebabkan minda seseorang mudah diresapi dengan idea yang ingin disampaikan dan ingin bertindak mengikut apa yang didengarnya.

Unsur jenaka digemari oleh semua orang dan tiada siapa yang tidak menyukainya. Unsur ini yang mempengaruhi dalam penyampaian mesej ini. Generasi muda kini, lebih gemar menonton televisyen. Penggunaan unsur-unsur filem ini semasa penyampaian program ini, membuatkan pendengar berasa tertarik dan ingin bertindak mengikut apa yang didengarnya.

(temubual pendengar 001)

Tambahan pula, unsur jenaka digemari oleh semua orang dan tiada sesiapa yang tidak menyukainya. Kedua-dua unsur ini menyebabkan mesej dapat disampaikan dengan sebaiknya kepada pendengar di samping menimbulkan gelak tawa.

Dapat dikatakan bahawa hampir semua orang menikmati dan tertarik dengan unsur 'humor' yang terkandung dalam media sama ada radio atau televisyen. Begitu juga dengan saya. Salah satu aspek yang menarik minat saya dalam program ini ialah unsur jenaka yang sentiasa diselitkan dalam adegan yang diutarakan. Unsur jenaka dan bahasa mudah yang digunakan dalam program ini menyebabkannya hal ini mudah difahami dan pada masa yang sama ia juga tidak menyinggung perasaan para pendengar.

Nasihat, tunjuk ajar, serta maklumat terkini yang disampaikan dapat diterima dengan senang hati kerana wujudnya unsur jenaka ini. Unsur jenaka juga menyebabkan saya sentiasa menantikan program ini diutarakan. Adegan yang diutarakan juga sangat jitu dan tepat kepada persoalan pokok yang ingin disampaikan kepada pendengar. Unsur jenaka dalam program ini membolehkan pendengar terus ingat adegan yang diutarakan untuk jangka masa yang lama.

Tanpa unsur jenaka, adegan yang diutarakan akan menjadi terlalu sensitif dan membosankan. Para pendengar mungkin tidak terdorong untuk mengikuti adegan dalam program ini. Ini adalah kerana segelintir pendengar mungkin terlalu sensitif dan tidak mudah menerima nasihat.

(temubual pendengar 004)

Ini bermaksud unsur-unsur jenaka dan adegan-adegan filem merupakan satu bentuk retorik yang mampu menarik minat para pendengar tanpa mengenal usia.

4.7.3 Persoalan 3

Unsur-unsur seperti pengulangan, pengguguran, klimaks banyak digunakan dalam program ini. Adakah hal ini menarik?

Rata-rata responden bersetuju yang kesemua unsur retorik ini agak menarik minat mereka. Masing-masing sedar bahawa dalam dunia globalisasi yang semakin canggih ini, manusia kurang mempunyai masa untuk hiburan. Mereka perlu memanfaatkan masa yang diperuntukkan untuk hiburan dengan sebaiknya. Dalam kekangan masa seumpama inilah kehadiran unsur-unsur ini membantu menyampaikan mesej dengan lebih berkesan.

Tambahan pula, penggunaan aspek sedemikian ini membantu para responden peka dengan mesej yang disampaikan serta meninggalkan kesan yang agak mendalam dalam diri mereka.

nakaichuvai sariya:na utti. ... nakaicuvai ellarukkum piTikkum.... 30 vina:Tikal ta:n. anta visayatai solli muTikkum kaTTayatil erukkiRarkal. narukkena oru vartai... anta utti ennai poruttavarai palan tarum. Na:m valum valkai oru paraparappa:na valkai. evvalavukku evvalavu fasta: visayam kiTaikkirato:, avvalavu siRappu..... e:rkka vaikkiRatu

(pendengar 003)

4.7.4 Persoalan 4

Adakah program ini mendidik anda, memberi informasi, atau menghiburkan?

Ada responden yang beranggapan bahawa PNS ini memberi informasi, mendidik dan menghiburkan sekaligus. Pemberian informasi yang berbentuk padat dan bernas membolehkan para responden berfikir dengan lebih efektif dan inovatif.

Dapat dikatakan bahawa program ini dapat mendidik pendengar supaya sentiasa berhati-hati pada setiap ketika. Program ini juga memberi maklumat tentang isu-isu yang sering berlaku dalam kehidupan seharian. Contohnya, program ini menyarankan para pendengar supaya berjaga-jaga dengan harta benda seperti beg tangan dan barang kemas yang dipakai supaya tidak diragut oleh perompak di jalan raya.

Nasihat-nasihat yang berkaitan amalan minum air untuk menjaga kesihatan dan mengurangkan gula juga memberi informasi serta mendidik. Unsur-unsur seperti '*air suamle iraNDu karaNDiya na:lu karaNDiya*' yang bermaksud perlu masukkan dua sudu

gula atau empat sudu gula dalam air suam menghiburkan, mendidik serta memberi informasi sekaligus.

4.7.5 Persoalan 5

Adakah anda terpengaruh oleh nasihat-nasihat yang diberikan dalam PNS ini?

Setiap responden mengaku yang masing-masing terpengaruh oleh nasihat-nasihat yang diberikan dalam PNS ini. Namun setiap individu mempunyai pengalaman berdasarkan tahap umur dan cara hidup mereka. Berikut merupakan perkara-perkara yang mempengaruhi para responden. Apa yang dikatakan oleh 5 kategori responden diberikan dalam petak-petak berikut:-

a) Pelajar sekolah menengah atas

Ya. Sebelum mendengar program ini, saya selalu sahaja tidak mengikut peraturan-peraturan jalan raya, membuang sampah dan tidak mementingkan sumber air. Setelah mendengar program ini saya mula sedar dan memikirkan impaknya sekiranya menghadapi kemalangan kerana pakaian gelap, *turtle helmet* dan sebagainya. Dahulu saya pernah melakukan perkara-perkara sebegini. Saya tidak mempunyai lesen memandu dan saya akan memandu dengan memakai pakaian yang gelap. Apabila mendengar unsur-unsur ini saya terpengaruh dan berniat untuk kembali ke pangkal jalan.

b) Golongan lepasan SPM yang bekerja

Sebenarnya saya amat terpengaruh dengan nasihat yang diberikan dalam program ini. Saya menaiki kereta ke tempat kerja saya. Dulu saya terus memandu pada pagi hari tanpa memeriksa air, angin untuk tayar dan air untuk radiator. Kini saya lebih prihatin dan membuat pengemaskinian terhadap kereta setiap masa. Hal ini membantu mengatasi masalah kereta saya.

c) Golongan berpendidikan tinggi yang berusia 20 ke atas yang berpendidikan Bahasa Tamil

Ya. Selalunya.

d) Golongan berpendidikan tinggi yang berusia 20 ke atas yang tidak berpendidikan Bahasa Tamil

Boleh dikatakan bahawa saya dipengaruhi oleh program ini dalam beberapa aspek. Contohnya, nasihat yang diutarakan dalam iklan minum air yang mencukupi supaya tubuh badan kita sihat dan kita tidak mudah terdedah kepada penyakit. Iklan ini dapat menyedarkan orang ramai tentang betapa pentingnya minum air yang mencukupi. Manusia juga dapat sedar bahawa badan sihat dapat menceriakan keluarga dan kehidupan kita.

e) Golongan yang berusia 40 tahun dan ke atas

Ya. Sebagai seorang guru, saya sentiasa menjadikan tajuk-tajuk program ini sebagai mukadimah sebelum memulakan pengajaran dan pembelajaran di kelas. Di samping menghiburkan, saya turut dapat menyemai amalan-amalan yang baik dalam diri pelajar-pelajar. Saya juga sering mengingatkan anak saya tentang mesej yang disampaikan dalam program ini.

Jelas, rata-rata responden bersetuju yang mereka terpengaruh. Namun pengaruh itu bergantung kepada faktor usia dan cara hidup mereka.

4.7.6 Persoalan 6

Biasanya manusia tidak suka menerima nasihat. Namun PNS ini bertujuan memberi nasihat. Kenapa anda sanggup menerima nasihat ini?

Para responden memberi pelbagai alasan yang mereka sanggup menerima nasihat yang diberikan dalam PNS. Menurut responden, nasihat dalam PNS ini diberikan secara tidak langsung dalam bentuk cerita, yang berbentuk jenaka dan menghiburkan. Nasihat yang diberikan pendek, jadi mudah untuk menerima mesejnya. Teknik-teknik penyampaian melalui lagu, cerita dan muzik-muzik latar sungguh menawan hati.

Ada responden berpendapat bahawa nasihat ini boleh diterima kerana dua faktor iaitu orang yang memberi nasihat tidak berada di depan mata dan mempunyai kebebasan sepenuhnya untuk *switch off the radio* jika tidak berminat untuk mendengarnya.

Ada pula responden yang sanggup menerima nasihat kerana kesemua mesej yang disampaikan bertujuan untuk memperbaiki cara hidup seseorang. Selain itu, penggunaan kaedah humor menyebabkan responden tertarik kepada program ini. PNS ini mungkin bersifat membosankan sekiranya disampaikan dengan menggunakan kaedah pemerian yakni penerangan yang berpanjangan.

Ada responden sanggup menerima nasihat kerana tiada unsur 'paksaan' dalam pengumuman PNS. Nasihat diberikan secara lemah lembut dan dengan tujuan menjaga kepentingan umum masyarakat. Bahasa yang digunakan adalah sopan dan tidak kasar serta tidak menyakitkan hati para pendengar. Pada masa yang sama, nasihat diberikan dalam bentuk situasi sebenar. Nasihat juga disampaikan secara tidak langsung tanpa disedari oleh para pendengar. Para pendengar lebih terpengaruh dengan cara penyampaian program ini yang bertumpukan kepada cerita dan unsur jenaka yang terkandung dalam adegan yang diudarkan.

4.7.7 Persoalan 7

Berikan ikhtibar atau pengalaman anda daripada PNS ini?

Para responden mempunyai pelbagai pengalaman yang turut melibatkan kaum keluarga, dan juga rakan kerja. Ada responden yang mengaku bahawa, setelah mendengar PNS 020 yang berkaitan dengan amalan membaca, responden kini kerap ke pusat sumber awam bersama anak-anaknya.

Amalan melakukan sesuatu kerja pada masa yang sepatutnya juga menjadi suatu ingatan kepada responden. Setelah mendengar PNS 013 ini, responden mengaku yang dia

sentiasa mengingatkan diri sendiri supaya sentiasa peka terhadap kerja yang perlu dilakukan.

Responden turut terpengaruh dengan kepentingan dan kebaikan minum air (PNS 028) supaya lebih banyak minum air. Isu pembuangan sampah (PNS 019), berpakaian gelap semasa memandu (PNS 002), boros berbelanja ke atas kereta (PNS 021), sms semasa memandu (PNS 001) menjadi teladan kepada para responden dan menyebabkan berlaku perubahan ke atas diri responden. Responden juga mengaku yang mereka mampu mempengaruhi rakan-rakan dan saudara mara melalui PNS ini dan membawa perubahan dalam tingkah laku mereka.

*paTippin avasiyam patti solliyiruppa:rkaL. nan na:lla padichidden.....en tambikaLum
ate po:la padikka ve:Ndum endru avarkaLukku puttagam, buku rujukan, katai
puttagam ellam niRaiya va:nggi kodutirukkiRen. kuppai po:dakkuda:tu enRu
solvarkal. atai en ku:Talikal paNNuvanungga romba. ka:diyile po:ykittu appadiye
to:kki vi:siduvaᅅge. nan avargalukku solli-solli, avargalum ippa correcta, kuppai
po:dukiRa edattil maddume kuppai po:Tuvargal. aᅅgaᅅge po:Ta maTargal.....*

(pendengar 002)

4.7.8 Persoalan 8

Apakah pendapat anda tentang program ini?

Rata-rata responden berpendapat bahawa PNS ini patut dijalankan kerana maklumat yang disampaikan adalah benar dan dapat mempengaruhi generasi muda. Keupayaan menyampaikan mesej yang tepat, jitu dan padat dalam tiga puluh saat ini memang dialu-alukan. PNS secara tidak langsung mempengaruhi semua rakyat Malaysia dan membentuk sikap mereka. Pihak THR Raaga berjaya membentuk sikap masyarakat Malaysia terutamanya dalam usaha mengurangkan sikap membuang sampah.

Program ini harus diteruskan dengan menggunakan unsur jenaka dan latar muzik. Para pelakon yang melakonkan adegan–adegan ini harus dipuji. Para responden juga memuji penggunaan unsur-unsur retorik seperti epigram, analogi, dan klimaks menambahkan keceriaan program ini dan pada masa yang sama dapat menarik perhatian para pendengar.

Maka jelas bahawa para responden yang ditemuduga rata-rata menyokong penuh penyiaran PNS ini.

4.7.9 Persoalan 9

Adakah anda berpendapat bahawa THR Raaga mampu menghidupkan Bahasa Tamil di negara ini? Kenapa?

Ada responden yang mengaku, THR Raaga mampu menghidupkan Bahasa Tamil di negara ini. Responden ini memulakan pelajaran di sekolah kebangsaan dan tidak mempelajari Bahasa Tamil secara rasmi di sekolah. PNS ini menjadi inspirasi kepada responden untuk belajar Bahasa Tamil dan mendalami keindahannya. Laras bersahaja dalam PNS ini membantu usaha responden. Ada pula responden yang berpendapat bahawa, penggunaan Bahasa Tamil pada tahap yang sederhana serta mudah difahami dalam radio THR Raaga berjaya menarik perhatian ramai, termasuk mereka yang bukan berpendidikan Tamil. Tambahan lagi, mendengar pada radio THR Raaga dapat memperbaiki pengucapan seseorang dalam Bahasa Tamil.

Ada pula responden berpendapat bahawa, PNS ini tidak mampu menyumbang kepada kedudukan Bahasa Tamil sebagai '*semmolzhi*' kerana banyak bercampur aduk dengan

Bahasa Inggeris dan Bahasa Malaysia. Tambahan pula, radio ini masih tidak menunjukkan keindahan Bahasa Tamil dengan sepenuhnya malah usaha untuk menghidupkan Bahasa Tamil masih belum mendapat tempat di radio ini.

Responden juga berpendapat bahawa THR Raaga mampu menghidupkan Bahasa Tamil di negara kita dari segi pertuturan harian sahaja. Bahasa Tamil merupakan suatu bahasa yang menarik dan kaya dengan perbendaharaan kata yang dinamik dan boleh digunakan dalam pelbagai bidang seperti pendidikan, perubatan, komputer, dan teknikal. Ucapan dan sebutan perkataan Bahasa Tamil ada cara tertentu dan perlu diikuti. Responden mendapati bahawa sebutan perkataan Bahasa Tamil dalam program ini kadang kala tidak menepati sebutan Bahasa Tamil yang sepatutnya.

Bagi memastikan bahawa sesuatu bahasa itu terus hidup, pembacaan dan penulisan bahasa tersebut perlu diutamakan. Jadi, THR Raaga tidak dapat menghidupkan Bahasa Tamil secara sepenuhnya sebab saluran radio tidak memberi penekanan kepada penulisan Bahasa Tamil.

4.7.10 Persoalan 10

Apakah harapan anda daripada radio THR Raaga?

Para responden mempunyai beberapa harapan berkaitan dengan program ini. Antaranya adalah seperti yang berikut:

- a) slot ini diteruskan secara meluas
- b) usaha THR Raaga berkekalan
- c) kata-kata yang digunakan tidak menyinggung perasaan mana-mana pihak

Para responden juga mempunyai beberapa harapan daripada radio sebagai media massa yang paling terpengaruh selepas televisyen. Antaranya ialah:

- a) THR Raaga berusaha untuk menghidupkan Bahasa Tamil
- b) THR Raaga perlu menyiarkan rancangan-rancangan yang bertujuan untuk mendidik masyarakat
- c) para juruhebah memperbaiki sebutan serta mutu penggunaan Bahasa Tamil
- d) pihak radio memberi ruang kepada lagu-lagu klasik
- e) rancangan-rancangan dipelbagaikan dan diperbanyakkan
- f) pihak radio mewujudkan slot perbincangan kerjaya

Nyata bahawa para responden mempunyai satu tanggapan yang agak positif dengan siaran PNS ini. Mereka mengharapkan program ini diteruskan dengan memenuhi beberapa harapan mereka.

Bab 5

Perbincangan, Kesimpulan Dan Cadangan

5.0 Pengenalan

Retorik bertujuan untuk mempengaruhi pengguna. Bertitik tolak daripada hakikat inilah timbul keinginan untuk mengkaji strategi retorik yang digunakan dalam PNS radio THR Raaga.

Radio menjadi pilihan untuk melihat strategi retorik kerana tidak ramai yang menjalankan kajian yang melibatkan sumber radio. Pengumuman PNS THR Raaga dipilih kerana saluran radio ini dianggap sebagai saluran radio yang paling popular yang mampu mencapai 3.18 juta pendengar. Lantaran itu, iklan yang disiarkan melalui stesen tersebut dirakam selama 5 bulan. Data-data yang dirakam kemudiannya telah ditranskripsi. Analisis retorik PNS radio ditumpukan kepada strategi-strategi retorik dari segi gaya bahasa skema dan majas dalam pengumuman PNS THR Raaga. Kajian ini juga bertujuan untuk mengetahui keberkesanan pengumuman PNS THR Raaga kepada para pendengar.

Dalam Bab 5 ini, pengkaji membincang dan menghurai dapatan kajian yang diperolehi dalam Bab 4. Pengkaji juga akan membuat rumusan dan kesimpulan berdasarkan dapatan yang diperolehi. Pengkaji turut mengemukakan beberapa cadangan ke atas permasalahan yang timbul serta memberi beberapa cadangan tajuk kepada bakal pengkaji yang ingin menjalankan kajian seumpama ini.

5.1 Perbincangan

Penyelidik akan membahagikan perbincangan ini kepada 3 bahagian yang utama iaitu A, B dan C. Perbincangan bahagian A dan B adalah berdasarkan persoalan kajian yang pertama dan seterusnya bahagian C akan membincangkan dapatan-dapatan berkaitan dengan persoalan kedua.

5.1.1 Bahagian A

Persoalan kajian pertama berbunyi seperti yang berikut:

Apakah strategi-strategi retorik yang digunakan dalam pengumuman PNS THR Raaga?

Pengkaji mendapati pihak THR Raaga telah menggunakan gaya skema (rujuk Bab 2:40) dengan sebaiknya dalam pengumuman PNS ini. Didapati bahawa, skema pengulangan yang melibatkan *parallelisme*, *isokolon* dan *antitesis* digunakan dengan sepenuhnya oleh penerbit PNS. Selain itu skema pengulangan yang melibatkan *rima dan irama*, *etugai mo:nai*, *anafora*, *epistrop*, *epanalepis*, *anadiplosis*, *antimetabole*, *poliptoton* juga telah digunakan. Skema pengulangan iaitu *ellipsis* juga turut digunakan dalam pengumuman PNS THR Raaga. (sila rujuk Bab 4:113).

Dapatan kajian menunjukkan bahawa gaya retorik skema yang melibatkan perubahan susunan seperti isokolon, epistrop dan ellipsis telah digunakan sebanyak lapan puluh lapan kali dalam pengumuman PNS THR Raaga. Penggunaan skema begitu ketara penggunaannya kerana perubahan bentuk akan membantu penyampaian pengumuman radio dengan lebih berkesan disebabkan mesej yang ingin disampaikan diulang beberapa kali dengan nada tegas, supaya para pendengar dapat merenungi isu tersebut.

Perkataan-perkataan, frasa-frasa dan ayat-ayat yang digunakan di bawah skema keseimbangan dapat disampaikan secara lancar dan fasih supaya pendengar THR Raaga dapat menikmati iramanya di samping menghayati mesejnya. Dapatan kajian Chuah (1998) juga selaras dengan dapatan kajian ini iaitu penggunaan bahasa kiasan seperti pengulangan, parallelisme dan aposisi.

Lapan bentuk pengulangan telah digunakan dalam pengumuman PNS THR Raaga ini. Tambahan kepada perkara ini pengulangan dua kali turut digunakan juga. Penggunaan seumpama ini berupaya menyebut semula sesuatu perkara berulang kali dengan tujuan memberi penegasan kepada mesej yang ingin disampaikan. Asmah Omar (2000) berpendapat bahawa salah satu sebab pengulangan dalam pertuturan berlaku kerana memberi penegasan bagi menyakinkan pendengar. Leech (1993) pula berpendapat pengulangan tertentu dalam iklan ada nilai retoriknya iaitu mencetuskan minat pendengar. Hal ini menjadi lebih berkesan kerana pengumuman ini akan berterusan ke udara beberapa kali dalam radio THR Raaga.

Dapatan kajian menunjukkan bahawa gaya retorik majas yang melibatkan perubahan maksud telah digunakan sebanyak empat puluh tiga kali. Gaya retorik majas seperti *soalan retorik, onomatopoeia, hiperbola, simile, ironi, metanomi, personifikasi dan metafora* telah digunakan dalam PNS THR Raaga (sila rujuk Bab 4:115). Majas yang melibatkan perubahan maksud tidak menjadi pilihan pihak penerbit radio kerana pengumuman PNS bertujuan menyampaikan mesej maka maksud tersirat tidak diutamakan dalam pengumuman ini. Dapatan kajian ini juga sama dengan dapatan kajian Sharifah Mariam dan Farah Hanini (1996), dan Mohamad Md. Yusoff, (2006). Pihak penerbit lebih mengutamakan penyampaian mesej dengan gaya retorik yang agak mudah serta dapat mencapai para pendengar.

Dalam analisis kajian ini, didapati pengumuman PNS THR Raaga menggunakan pelbagai tema (sila rujuk Bab 4:98). Tema-tema terpilih ini melibatkan orang awam dan pihak THR Raaga dapat menyampaikan mesej melalui tema-tema ini dengan berkesan. Dapatan kajian ini selaras dengan dapatan kajian yang dicadangkan oleh Amida (1995). Amida berpendapat usaha untuk menerapkan nilai-nilai murni ini bukanlah sesuatu yang mudah dan latihan dan amalan yang berterusan amat perlu dilaksanakan untuk membiasakan seseorang dengan perilaku yang baik dan sopan sehingga dia dapat mengamalkan perangai yang mulia.

Gaya retorik majas (rujuk Bab 2:50) memberi satu impak yang mendalam dalam diri pendengar kerana mesej disampaikan secara sindiran tajam, sinis dan simbolik. A'ishah (2007), juga turut mengaku yang sindiran tajam yang disampaikan secara tidak langsung melalui bahasa kiasan dan perlambangan tentu lebih baik berbanding ungkapan yang menusuk tajam (2007:30).

Gaya retorik majas juga bertujuan untuk mencungkil pendapat individu dan juga menggalakkan para pendengar berfikir secara kritis. Dapatan kajian ini sama dengan dapatan kajian Ramalingam (2009) yang berjaya membuktikan Thiruvalluvar telah menggalakkan Kemahiran Berfikir Secara Kritis Dan Kreatif (KBKK) melalui bahasa kiasannya.

5.1.2 Bahagian B

Persoalan kajian pertama berbunyi seperti yang berikut:

Apakah strategi-strategi retorik yang paling kerap digunakan dalam pengumuman PNS THR Raaga?

Epistrop (rujuk Bab 2:46) digunakan dengan banyak sekali di bawah skema pengulangan. Epistrop telah digunakan sebanyak 19 (21.6%) kali dalam PNS pilihan. Epistrop merupakan pilihan utama pihak THR Raaga.

Epistrop ini bukan sahaja mewujudkan irama yang sama tetapi menjamin penekanan khas, dengan mengulangi perkataan pada kedudukan terakhir dalam ayat. Jelas kehadiran retorik pengulangan ini berjaya menyampaikan maksud dengan lebih jelas. Asmah Omar (1984), menyifatkan kaedah ini dapat menarik perhatian penerima terhadap mesej utama yang ingin disampaikan. Gorys Keraf (2000) pula menganggap pengulangan dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.

Selain epistrop, skema seimbangan iaitu isokolon 14 (15.9%) juga telah digunakan dengan banyak dalam PNS THR Raaga ini. Skema seimbangan ini menjadi pilihan kerana akan melahirkan rima yang berkesan dalam penggunaannya. Hal ini diakui oleh Corbett dan Connors (1999).

Dari segi gaya retorik majas pula, soalan retorik telah digunakan dengan begitu banyak sekali dalam pengumuman PNS THR Raaga. Sebanyak 17 (39%) kali soalan retorik

telah digunakan dalam episod PNS THR Raaga. Soalan retorik ini telah berjaya memberi peluang kepada para pendengar untuk membuat andaian masing-masing.

Selain gaya majas soalan retorik, onomatopoeia juga turut digunakan dalam pengumuman PNS THR Raaga ini. Gaya majas onomatopoeia digunakan kedua tertinggi selepas soalan retorik. Sebanyak 14 (33%) kali gaya ini telah digunakan dalam pengumuman THR Raaga. Onomatopoeia bertujuan untuk memadankan bunyi dengan perasaan seseorang. Ini dapat menunjukkan pelbagai emosi individu seperti marah, gembira, sedih, sakit, geram dan lain-lain.

5.1.3 Bahagian C

5.1.3.1 Hasil Dapatan Temubual Pendengar Dan Pelakon

Persoalan kajian kedua berbunyi seperti yang berikut:

Apakah kesan penggunaan retorik terhadap pendengar pengumuman PNS THR Raaga?

Dalam bahagian C ini, penyelidik meneliti hasil dapatan kajian berdasarkan data soal selidik dan temubual. Item-item ini digubal demi memenuhi objektif kajian ini.

Secara keseluruhannya hasil kajian temu bual menunjukkan bahawa, rata-rata responden 5 (100%) orang mengaku bahawa mereka gemar mendengar pengumuman PNS THR Raaga (sila rujuk Bab 4:167). Mereka mempunyai pelbagai alasan mengapa mereka menyukai pengumuman PNS THR Raaga. Semua responden dapat menyatakan sekurang-kurangnya tiga episod pengumuman PNS yang disiarkan saluran radio THR

Raaga. Ini menunjukkan bahawa ramai orang suka mendengar pengumuman PNS THR Raaga.

Semua responden mengaku bahawa adegan filem dan humor menarik minat mereka. Selain itu, unsur-unsur retorik seperti pengulangan, agak menarik minat mereka dan menyebabkan mereka terus mendengar pengumuman PNS THR Raaga ini.

Para responden bersetuju pengumuman PNS ini memberi informasi, di samping mendidik dan menghiburkan. Semua responden (tanpa kira umur) yang ditemubual menyatakan bahawa mereka menerima nasihat yang disampaikan dalam episod-episod ini. Mereka menganggap bahawa nasihat yang diberikan dalam episod-episod ini banyak mempengaruhi kehidupan seharian mereka.

Jelas bahawa, setiap responden mampu menerima nasihat yang diberikan dalam pengumuman PNS ini kerana cara penyampaiannya yang menarik. Pemberian nasihat melalui situasi-situasi sebenar yang biasa berlaku dalam kehidupan harian seseorang dikenalpasti berpandukan gaya retorik telah menarik minat para responden.

Menurut pelakon-pelakon THR Raaga, mereka mengutamakan mesej yang ingin disampaikan dan teknik yang harus diikuti supaya penyampaian mereka berkesan. Lazimnya mereka menggunakan situasi-situasi sebenar, gaya retorik yang berkesan serta bahasa yang mudah supaya para pendengar menghayati mesej yang ingin disampaikan (sila rujuk Lampiran D). Mereka juga menyampaikan mesej secara humor dan tanpa sebarang paksaan.

Mereka juga menggunakan *catch phrases*, untuk menegaskan sesuatu mesej dengan nada jenaka. Mengikut mereka, ini adalah untuk mencapai dan menarik perhatian para pendengar.

5.1.3.2 Hasil Soal Selidik

Kajian ini telah dijalankan ke atas lima puluh orang responden yang mewakili lima kumpulan pendengar berdasarkan umur (sila rujuk Bab 3: 92). Bahagian A soal selidik, membincangkan latar belakang responden.

Bahagian B dalam soal selidik bertujuan untuk mendapatkan informasi sama ada PNS THR Raaga memberi apa-apa kesan ke atas diri responden. Para responden memberi pelbagai pendapat mengenai pengumuman PNS ini.

Para responden berpendapat bahawa PNS:

- a) memberi ilmu pengetahuan dan maklumat yang berguna kepada masyarakat jelata
- b) mengandungi unsur-unsur yang perlu diamalkan oleh individu
- c) menumpu isu-isu semasa dan memberi informasi terkini
- d) menanam sikap patriotisme dan berperihatin terhadap alam sekitar
- e) dapat mengubah sikap seseorang ke arah berfikiran positif
- f) menenangkan pemikiran

Dapatan ini selaras dengan Mohamad Md. Yusoff (2006) yang menyifatkan pengumuman PNS (ia sekadar menjadi satu usaha kecil), namun mempunyai potensi

yang agak besar oleh kerana kuasa pemujukan yang ada pada bidang tersebut dikira amat berpengaruh.

Ada juga sesetengah responden tidak bersetuju dengan mesej-mesej yang disampaikan melalui pengumuman PNS. Hal ini sedemikian kerana mesejnya kurang jelas dan tidak dapat membawa sebarang perubahan dari segi pemikiran dan pengetahuan para pendengar.

Majoriti responden kajian ini menganggap bahawa pengumuman PNS ini tidak akan memperkayakan Bahasa Tamil di Malaysia sebaliknya ia boleh mencemarkannya. Mereka berpendapat sedemikian kerana pihak pelakon PNS menggunakan bahasa rojak, yang bercampur aduk dengan bahasa lisan, Bahasa Malaysia dan Bahasa Inggeris.

Mereka juga berharap THR Raaga yang merupakan sebuah saluran radio Tamil yang paling popular di Malaysia, dapat menyumbang kepada pengekalan Bahasa Tamil di negara ini. Penerbit-penerbit program ini juga dapat memperkayakan Bahasa Tamil di negara ini melalui pelbagai rancangan yang berkualiti.

Ada juga responden mengatakan bahawa radio THR Raaga boleh meningkatkan budaya masyarakat India di Malaysia. Responden juga berpendapat bahawa penggunaan Bahasa Tamil yang bersahaja mampu memikat dan mempengaruhi belia. Hal ini akan menginspirasi golongan belia untuk mempelajari Bahasa Tamil dengan lebih mendalam. Dapatan ini selaras dengan dapatan kajian Karthigesu (2011), Tolasi (2007), dan Nallatambi (2003) yang mendapati laras (bersahaja) seumpama ini tidak dapat dielakkan dan bertindak memberi hiburan kepada *middle class people*. Terdapat juga responden

yang beranggapan bahawa THR Raaga tidak mampu memperkayakan Bahasa Tamil di negara ini kerana:-

- e) kualiti Bahasa Tamil rendah.
- f) terdapat percampuran kod dalam perbualan (lazimnya Bahasa Inggeris dan Bahasa Malaysia).
- g) ramai juruhebah tidak mahir dalam penggunaan Bahasa Tamil standard dan penggunaan Bahasa Tamil lisan.
- h) banyak mengutamakan konsep komersial.

Walaupun hasil dapatan menunjukkan bahawa saluran radio THR Raaga tidak dapat mengembangkan Bahasa Tamil, namun pengumuman PNS ini masih diminati kerana, PNS:-

- a) memberi maklumat terkini mengenai isu-isu semasa yang berguna dalam kehidupan seharian
- b) memberi nasihat, pengajaran dan ilmu pengetahuan
- c) mendukung nilai-nilai murni
- d) mendukung unsur-unsur humor
- e) memberi kesedaran sehingga mengubah sikap ke arah yang positif
- f) memberi mesej secara kreatif
- g) mengutamakan dan berprihatin terhadap masyarakat

Walaupun bagaimanapun, terdapat juga kelemahan dalam PNS ini yang diutarakan oleh beberapa responden. Responden-responden ini beranggapan bahawa, PNS ini tidak

melibatkan semua lapisan masyarakat dan hanya berfokus kepada segelintir masyarakat Tamil di Malaysia.

Pendapat positif tentang pengumuman ini yang dapat dirumuskan daripada jawapan-jawapan responden adalah seperti berikut. PNS :-

- a) sangat berkesan, perlu diteruskan dan diperbanyakkan
- b) memberi informasi berguna, tepat, ringkas dan padat
- c) mencerminkan nilai dan budaya masyarakat Tamil
- d) mendorong untuk berfikir
- e) memberi kesedaran supaya berfikir sebelum bertindak
- f) mengandungi unsur humor yang berkesan
- g) menggalakkan amalan nilai-nilai murni dalam kehidupan seharian
- h) merupakan satu program yang baik dan kreatif
- i) membuka minda seseorang tentang isu-isu sosial masyarakat
- j) satu siaran, sesuai dengan peredaran semasa yang berjaya menarik minat remaja

Dapatan kajian bahagian C soal selidik, menunjukkan rata-rata responden mengaku yang mereka suka mendengar pengumuman PNS THR Raaga ini (sila rujuk Bab 4:144).

5.2 Rumusan Kajian

Berdasarkan analisis dan huraian data, didapati kajian ini telah menjawab persoalan kajian dan objektif kajian secara menyeluruh. Berdasarkan kajian ini, dapat merumuskan beberapa dapatan seperti yang berikut:

- 5.2.1 Skema pengulangan **epistrop** dan skema seimbangan **isokolon** menjadi pilihan pihak penerbit radio.
- 5.2.2 Majas **soalan retorik** dan **onomatopoeia** banyak digunakan dalam pengumuman PNS THR Raaga.
- 5.2.3 Terdapat gaya retorik lain seperti **pengulangan dua kali, ekklamasi, konotasi, Bahasa Tamil lisan, nativisation** turut digunakan pihak penerbit radio.
- 5.2.4 Unsur filem dan humor menjadi asas kepada kejayaan pengumuman PNS ini.
- 5.2.5 Para responden memang mengakui mereka suka mendengar pengumuman ini.
- 5.2.6 Ramai responden berpendapat Bahasa Tamil standard harus digunakan dalam PNS ini. Namun hal ini dianggap tidak akan menjadi relevan oleh para pelakon kerana mereka mengutamakan mesej berbanding bahasa.
- 5.2.7 Ramai responden mahukan pengumuman PNS ini diteruskan.

5.3 Cadangan

Berdasarkan hasil kajian, perbincangan dan rumusan yang dibuat, pengkaji ingin mengemukakan beberapa cadangan. Cadangan ini bertujuan untuk memperbaiki kedudukan retorik dalam pengumuman PNS serta meningkatkan peminat terhadap pengumuman PNS ini.

Cadangan ini akan melibatkan Kementerian Pelajaran Malaysia, pihak sekolah dan pihak THR Raaga.

- 5.3.1 Dicapadangkan supaya Pusat Perkembangan Kurikulum memperkenalkan bidang retorik dalam pengajaran dan pembelajaran bahasa. Sehingga kini ilmu ini hanya menjadi sebahagian daripada sukatan pelajaran STPM. Hal ini harus diterapkan dalam sukatan pelajaran SPM supaya ilmu retorik ini dapat dikuasai dengan sebaiknya oleh pelajar sebaik dari bangku sekolah.
- 5.3.2 Pihak penerbit THR Raaga harus meneruskan usaha penerapan gaya retorik ini dengan lebih meluas. Jika diteliti terdapat lebih banyak gaya retorik yang masih belum digunakan oleh penerbit radio. Penguasaan dan penggunaan gaya retorik akan meningkatkan bilangan pendengar siaran saluran radio THR Raaga ini. Diharap pihak THR Raaga juga menggunakan Bahasa Tamil baku. Hal ini bertujuan untuk menarik peminat yang suka mendengar Bahasa Tamil baku dalam radio.
- 5.3.3 Dicapadangkan di peringkat sekolah, daerah, negeri dan peringkat kebangsaan, pelbagai pertandingan seperti pidato, perbahasan, penciptaan sajak dan pendeklamasian sajak serta penciptaan kreatif (menulis cerita pendek dan drama) diadakan. Hal ini yang mengutamakan gaya retorik, nescaya akan meningkatkan keupayaan komunikasi pelajar daripada bangku sekolah lagi dari segi pertuturan dan penulisan.

5.4 Cadangan Kajian Lanjutan

Kajian ini merupakan satu kajian yang melibatkan teks iklan pengumuman PNS radio. Kajian ini hanya meneliti gaya retorik dari segi skema dan majas serta keberkesanan pengumuman ini kepada para pendengar. Kajian ini tidak mengambil kira kesan retorik ke atas pengguna yang melibatkan intonasi dan jeda. Maka satu kajian yang bersifat lebih menyeluruh, yang mampu meneliti intonasi dan jeda (hentian) harus dijalankan untuk mengetahui keberkesanannya dalam menyampaikan ilmu retorik kepada umum.

Selain itu, iklan-iklan komersial dalam saluran radio kerajaan dan swasta boleh diteliti tentang unsur retorik. Kajian seumpama ini juga boleh dijalankan ke atas iklan-iklan perniagaan dan iklan-iklan jawatan kosong. Maka dicadangkan kajian lanjutan lebih luas yang bersifat kuantitatif yang mampu mengukur kekuatan dan kelemahan penggunaan retorik dalam saluran radio dijalankan.

Oleh kerana kajian retorik ini hanya melibatkan teks radio yakni genre kreatif, dicadangkan agar kajian lanjutan melibatkan laras bahasa ilmiah seperti berita, iklan pentadbiran, dan laporan.

Pertambahan kajian-kajian seumpama ini, diharap menambahkan khazanah ilmu bidang retorik terutama tentang iklan radio Tamil. Kajian-kajian seumpama ini diharap akan menyebabkan ilmu retorik Tamil bertambah kukuh, bernilai, mantap dan mampu memberi sumbangan kepada Bahasa Tamil, masyarakat India dan negara.