



**UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA**

***RETORIK PEMBANGUNAN SOSIOEKONOMI MASYARAKAT DALAM  
LAPORAN MEDIA***

**MUHAMMAD MAZLAN BIN ABU BAKAR**

**FBMK 2015 21**



**RETORIK PEMBANGUNAN SOSIOEKONOMI MASYARAKAT DALAM  
LAPORAN MEDIA**

Oleh

**MUHAMMAD MAZLAN BIN ABU BAKAR**

**Tesis dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah,  
Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk  
Ijazah Master Sastera**

**November 2015**

Abstrak tesis yang dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk ijazah Master Sastera.

**RETORIK PEMBANGUNAN SOSIOEKONOMI MASYARAKAT DALAM  
LAPORAN MEDIA**

Oleh

**MUHAMMAD MAZLAN BIN ABU BAKAR**

**November 2015**

**Pengerusi: Zaitul Azma binti Zainon Hamzah, PhD**  
**Fakulti: Bahasa Moden dan Komunikasi**

Retorik dalam laporan media memainkan peranan yang penting dalam usaha memujuk dan mempengaruhi pengguna tentang perubahan sosioekonomi yang dilakukan oleh kerajaan. Penggunaan retorik yang berkesan mampu mengubah persepsi seseorang pengguna terhadap sesuatu isu yang dibicarakan dalam media. Kajian ini dilakukan untuk mencapai tiga objektif utama, iaitu mengenal pasti, menganalisis, dan kelebihan penggunaan retorik dalam media ke arah perubahan sosioekonomi masyarakat. Kajian ini menggunakan Teori Retorik Moden (1993) oleh Enos dan Brown sebagai asas kajian. Kaedah analisis kandungan digunakan untuk meneliti teks laporan media secara tekstual dan kontekstual. Dapatan analisis mendapati bahawa retorik digunakan dalam teks laporan media dalam pelbagai bentuk sama ada dalam bentuk kata, frasa, klausa, ayat, atau wacana. Selain itu, dalam kajian ini pelapor media menggunakan lima jenis retorik, iaitu jenis pemujukan, penerangan, pendedahan, penghujahan, dan pemerian yang dikenal pasti dalam teks laporan media. Manakala analisis dari sudut kelebihan retorik memaparkan bahawa terdapat pelbagai gaya retorik yang digunakan oleh pelapor media dalam mempengaruhi dan meyakinkan masyarakat untuk menerima perubahan sosioekonomi yang dilakukan oleh kerajaan.

Abstract of thesis presented to Senate of University Putra Malaysia in fulfillment  
of the requirement for the degree of Master of Arts

**RHETORIC RELATED TO SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT  
REPORTED BY MEDIA**

By

**MUHAMMAD MAZLAN BIN ABU BAKAR**

**November 2015**

**Chairman: Zaitul Azma binti Zainon Hamzah, PhD**  
**Faculty: Modern Languages And Communication**

Rhetoric in media reports plays an important role in efforts to persuade and influence consumers about the socioeconomic changes undertaken by the Government. Effective use of rhetoric can change a user's perception of an issue being discussed in the media. This study was carried out to achieve three main objectives, namely to identify, analyze, and advantages of the use of rhetoric in the media towards the socioeconomic changes. This study uses the Modern Theory of Rhetoric (1993) by Enos and Brown as the basis for the study. Content analysis was used to examine the text of the report in textual and contextual media. The findings revealed that the rhetoric used in the text of the media reports in various forms whether in the form of a word, phrase, clause, sentence, or passage. In addition, this study used five types of media reporting rhetoric, namely persuasion type, description, disclosure, submission, and descriptions identified in media reports text. While the analysis on the rhetorical advantages displays that there are different styles of rhetoric used by the reporting media in influencing and convincing people to accept changes made by the Government of socioeconomic.

## PENGHARGAAN

Bersyukur ke hadrat Allah S.W.T. kerana dengan limpah kurnia-Nya saya dapat menyiapkan tesis ini bagi memenuhi keperluan untuk memperoleh ijazah M.A. Bahasa Melayu.

Saya dengan ikhlasnya mengambil kesempatan ini untuk merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan jutaan terima kasih kepada Prof. Madya Dr. Zaitul Azma Zainon Hamzah selaku pengerusi tesis dan Prof. Emeritus Hashim Musa selaku ahli jawatankuasa tesis atas segala bimbingan dan tunjuk ajar yang telah diberikan. Komitmen yang telah diberikan itu sangat berguna dan telah membuka laluan mudah bagi menyiapkan tesis ini.

Buat mak, ayah dan keluarga tersayang, segala doa restu dan dorongan kalian amat dihargai. Semoga usaha ini sentiasa diberkati Allah S.W.T. dan dapat dimanfaatkan.

Penghargaan juga ditujukan kepada rakan-rakan seperjuangan kerana banyak memberikan teguran, pandangan, perkongsian maklumat serta idea yang bernas. Jutaan terima kasih saya ucapkan. Tidak lupa juga kepada semua pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung, didoakan semoga sumbangan ikhlas anda diberkati Allah di dunia dan di akhirat. Sekian, terima kasih.

Saya mengesahkan bahawa satu Jawatankuasa Peperiksaan Tesis telah berjumpa pada 4 Oktober 2011 untuk menjalankan peperiksaan akhir bagi Muhammad Mazlan bin Abu Bakar bagi menilai tesis beliau yang bertajuk “Retorik Pembangunan Sosioekonomi Masyarakat dalam Laporan Media” mengikut Akta Universiti dan Kolej Universiti 1971 dan Perlembagaan Universiti Putra Malaysia [P.U.(A) 106] 15 Mac 1998. Jawatankuasa tersebut telah memperakukan bahawa calon ini layak dianugerahi ijazah Master Sastera.

Ahli Jawatankuasa Peperiksaan Tesis adalah seperti berikut:

Hasnah binti Mohamad, PhD  
Pensyarah Kanan  
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi  
Universiti Putra Malaysia  
(Pengerusi).

Nor Azuwan binti Yaakob, PhD  
Pensyarah Kanan  
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi  
Universiti Putra Malaysia  
(Pemeriksa Dalam).

Mohammad Fadzeli bin Jaafar, PhD  
Profesor Madya  
Universiti Kebangsaan Malaysia  
Malaysia  
(Pemeriksa Luar).

---

ZULKARNAIN ZAINAL, PhD  
Profesor dan Timbalan Dekan  
Sekolah Pengajian Siswazah  
Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk ijazah Sarjana Sastera. Ahli Jawatankuasa Penyeliaan adalah seperti berikut:

**Zaitul Azma binti Zainon Hamzah, PhD**

Profesor Madya  
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi  
Universiti Putra Malaysia  
(Pengerusi).

**Hashim bin Musa, PhD**

Profesor Emeritus  
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi  
Universiti Putra Malaysia  
(Ahli).

---

**BUJANG KIM HUAT, PhD**

Profesor dan Timbalan Dekan  
Sekolah Pengajian Siswazah  
Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

## Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa:

- Tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- Setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- Tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini, dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di Universiti Putra Malaysia atau di institusi lain;
- Hak milik intelek dan hak cipta tesis ini adalah hak milik mutlak Universiti Putra Malaysia, mengikut kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- Kebenaran bertulis daripada penyelia dan Pejabat Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) hendaklah diperoleh sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, modul pembelajaran atau material lain seperti yang dinyatakan dalam kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- Tiada plagiat atau pemalsuan/fabrikasi data dalam tesis ini, dan integriti ilmiah telah dipatuhi mengikut kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) dan kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012. Tesis telah diimbangi dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: \_\_\_\_\_

Tarikh: \_\_\_\_\_

Nama dan No. Matrik: \_\_\_\_\_



**Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyeliaan:**

Dengan ini, diperakukan bahawa:

- Penyelidikan dan penulisan ini adalah di bawah seliaan kami;
- Tanggungjawab penyeliaan sebagaimana yang dinyatakan dalam kaedah-kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) telah dipatuhi.

Tandatangan: \_\_\_\_\_

Nama Pengerusi:  
Jawatankuasa  
Penyeliaan \_\_\_\_\_

Tandatangan: \_\_\_\_\_

Nama Ahli :  
Jawatankuasa  
Penyeliaan \_\_\_\_\_

## SENARAI KANDUNGAN

	Muka Surat
<b>ABSTRAK</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ii</b>
<b>DEDIKASI</b>	
<b>PENGHARGAAN</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>
<b>PERAKUAN</b>	<b>vi</b>
<b>SENARAI KANDUNGAN</b>	<b>viii</b>
<b>SENARAI RAJAH</b>	
<b>SENARAI JADUAL</b>	<b>x</b>
<b>SENARAI SINGKATAN</b>	<b>xi</b>
<b>BAB</b>	
<b>I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
Pengenalan	1
Pernyataan Masalah	9
Persoalan Kajian	10
Objektif Kajian	10
Kepentingan Kajian	10
Batasan Kajian	11
Definisi Operasional	12
Kesimpulan	13
<b>II SOROTAN KAJIAN</b>	<b>14</b>
Pengenalan	14
Kajian berkaitan Retorik Sepintas Lalu	14
Kajian berkaitan Retorik	16
Kajian berkaitan Media	21
Kajian berkaitan Sosioekonomi	24
Kesimpulan	24
<b>III METODOLOGI KAJIAN</b>	<b>25</b>
Reka Bentuk Kajian	25
Konsep dan Kerangka Teori	26
Kaedah Kajian	30
Bahan kajian	31
Rasional Pemilihan bahan kajian	31
Alat Kajian	31
Prosedur Kajian	32
Pengumpulan Data	32
Penganalisan Data	33
Pertimbangan Etika	33
Kerangka Konseptual	34

Kesimpulan	35
<b>IV DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN</b>	36
Pengenalan	36
Persembahan Data	36
i. Mengenal pasti penggunaan dan ungkapan retorik dalam laporan akhbar tentang pembangunan sosioekonomi masyarakat.	36
ii. Menganalisis penggunaan retorik dalam laporan akhbar menggunakan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993).	48
iii. Merumuskan kekuatan retorik dalam laporan media yang membawa pembangunan sosioekonomi masyarakat.	68
Kesimpulan	73
Rasional Teori dan Dapatan Kajian	74
Implikasi Dapatan Kajian	75
<b>V RUMUSAN DAN CADANGAN</b>	76
Pengenalan	76
Rumusan	76
Cadangan Kajian Selanjutnya	78
Penutup	79
<b>BIBLIOGRAFI</b>	80
<b>LAMPIRAN</b>	88
<b>BIODATA PELAJAR</b>	145

## SENARAI JADUAL

<b>Jadual</b>	<b>Muka Surat</b>
1: Penggunaan Retorik Pendedahan dalam Laporan Akhbar	37
2: Penggunaan Retorik Penghujahan dalam Laporan Akhbar	38
3: Penggunaan Retorik Penerangan dalam Laporan Akhbar	40
4: Penggunaan Retorik Pemujukan dalam Laporan Akhbar	43
5: Penggunaan Retorik Pemerian dalam Laporan Akhbar	45
6: Peratusan Penggunaan Jenis Retorik dalam Laporan Akhbar	46
7: Analisis Penggunaan Retorik Pemujukan dalam Laporan Akhbar	48
8: Analisis Penggunaan Retorik Penerangan dalam Laporan Akhbar	52
9: Analisis penggunaan Retorik Penghujahan dalam Laporan Akhbar	55
10: Analisis Penggunaan Retorik Pendedahan dalam Laporan Akhbar	60
11: Analisis Penggunaan Retorik Pemerian dalam Laporan Akhbar	63

## SENARAI SINGKATAN

DEB	Dasar Ekonomi Baru
LRT	Transit Aliran Ringan
DBKL	Dewan Bandar Raya Kuala Lumpur
BR1M	Bantuan Rakyat 1Malaysia
TNB	Tenaga Nasional Berhad
SYABAS	Syarikat Bekalan Air Selangor
PR1MA	Perbadanan PR1MA Malaysia
SPAD	Suruhanjaya Pengangkutan Darat
SST	Cukai Jualan dan Perkhidmatan
KPDNKK	Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan
GST	Cukai Barangan dan Perkhidmatan
SME Corp	Perbadanan Perusahaan Kecil dan Sederhana

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### Pengenalan

Perkembangan bidang retorik adalah disebabkan berlakunya perubahan dalam kehidupan masyarakat selaras dengan peredaran zaman (Musa Abu Hassan, 2004). Menurut Aristotle (dalam Wayne & Marshall, 1987), bidang penulisan dan pengucapan merupakan medan utama manusia melontarkan idea dan pendapat masing-masing. Hal ini telah mendorong pengkaji-pengkaji bahasa mendalami bidang retorik dan mengutarakan maksud atau pandangan yang berbeza-beza mengenai retorik dalam makalah mereka berdasarkan bidang kajian masing-masing.

Berketerampilan dan mempunyai kepandaian dalam berbahasa merupakan aspek utama dalam bidang retorik. Campbell (2001) dalam menyatakan sesuatu idea atau maklumat mestilah jelas dan berkesan, sesebuah penulisan atau pengucapan itu memerlukan kepada pemakaian bahasa retorik yang menarik dan bersesuaian dengan konteks isu yang dibicarakan agar khalayak dapat memahami maksud yang ingin disampaikan.

Enos dan Brown (1993) menerangkan bahawa sesuatu penulisan atau pengucapan jenis ideologi atau propaganda yang menggunakan retorik sebagai asas dalam penulisannya berupaya memujuk dan mengubah sikap masyarakat untuk menerima sesuatu pembaharuan. Retorik dalam sesuatu penulisan dapat memperlihatkan cara penulis atau pengucap menerapkan pemakaian retorik dalam penulisan mereka agar kelihatan menarik dan berupaya mempengaruhi orang ramai. Hal ini kerana, seseorang penulis atau pengucap retorik mestilah berupaya menguasai beberapa kemahiran dalam berbahasa, antaranya bidang tatabahasa, berfikir secara teratur, mengetahui pelbagai ragam bahasa, dan menguasai pelbagai bentuk dan corak penulisan (Stott dan Avery, 2001).

Raja Masittah Raja Ariffin (2007) retorik merupakan satu alat atau ucapan yang berupaya mempengaruhi pemikiran, membuatkan hati menjadi tenang serta sedap didengar yang membuatkan masyarakat dapat menerima sesuatu perubahan yang dilakukan. Beliau juga membuat kesimpulan bahawa retorik mempunyai kelebihan dan kekuatan yang tersendiri. Pemakaian retorik yang lebih memberi penekanan terhadap penggunaan bahasa pujukan dalam pengucapan berupaya menyampaikan idea dengan berkesan sehingga dapat mempengaruhi pemikiran khalayak. Plato (dalam Fadilah Isnin, 2002) retorik menjadikan sesuatu penulisan kelihatan mantap dan berkesan. Plato (dalam Effendy Ahmadi, 2004) retorik dapat menenangkan dan menguasai emosi serta jiwa seseorang pembaca melalui wacana. Bagi Plato, selain daripada menghiburkan seseorang, retorik juga merupakan satu kaedah pendidikan yang berkesan.

Rahman Shaari (1993) dalam kajiannya lebih memfokuskan aspek gaya bahasa. Beliau membahagikan retorik kepada dua, iaitu figuratif dan objektif. Retorik figuratif didapati tidak dapat mempengaruhi khalayak tetapi berupaya menguasai pemakaian bahasa. Sebaliknya, retorik objektif pula lebih mempengaruhi khalayak yang tidak melibatkan pemakaian bahasa tetapi lebih kepada mencari kesahihan sesebuah wacana. Jadi retorik merupakan satu alat yang dapat mempengaruhi dalam sesebuah wacana.

Retorik berperanan sebagai salah satu cabang ilmu dalam menyampaikan maklumat kepada masyarakat sehingga dapat menguasai pemikiran mereka untuk menerima sesuatu perkara. Menurut Aristotle (dalam Wayne & Marshall, 1987) retorik boleh digunakan dalam pelbagai bentuk pujukan kepada khalayak pada satu-satu masa. Jadi, ini bermakna, segala pendapat atau pandangan yang dilontarkan pada masa lalu boleh diubah dengan penggunaan retorik. Retorik juga dapat memberikan gambaran kepada kita tentang cara-cara untuk mencapai impian atau cita-cita yang diimpikan pada masa depan. Oleh sebab itulah retorik boleh digunakan dalam pelbagai pujukan semata-mata untuk meyakinkan dan mempengaruhi khalayak.

Siti Saniah Abu Bakar (2009) menjelaskan retorik merupakan pemakaian bahasa yang berkesan dalam pengucapan atau penulisan yang dapat memujuk dan meyakinkan masyarakat. Corbett (1971) berpendirian bahawa retorik merupakan satu cabang ilmu yang menggunakan wacana dalam sesuatu penulisan atau pengucapan yang bermatlamat untuk mempengaruhi dan menyampaikan ilmu kepada masyarakat terhadap sesuatu perkara atau sesuatu isu.

Pengucap atau penulis memerlukan keupayaan dalam memujuk dan mempengaruhi khalayak dengan pemakaian bahasa retorik yang bersifat indah dan menarik dalam penulisan atau pengucapan mereka agar khalayak bersetuju terhadap sesuatu perkara tersebut (Herrick, 2005). Namun demikian, pengertian moden mencakupi konteks yang lebih luas dan tidak terbatas kepada bahasa sahaja. Foss (2004) menyatakan retorik dalam hubungan manusia dijelaskan sebagai cara manusia menggunakan simbol untuk berkomunikasi ("*human use of symbols to communicate*"). Herrick (2005) merujuk kepada aspek simbol, iaitu suatu istilah umum bagi merujuk kepada sebarang (*mark*) tanda, (*sign*) isyarat, (*gesture*) bunyi atau gerak isyarat yang digunakan untuk menjelaskan pengertian mengikut persetujuan sosial dalam sesebuah organisasi.

Retorik ialah seni pengucapan berbentuk pujukan (Corbett, 1971). Pujukan dijelaskan sebagai perubahan sikap, tingkah laku dan kepercayaan secara rela hati melalui penyampaian mesej dalam ucapan atau tulisan (Raminah Sabran, 2002). Bahasa merupakan kaedah atau teknik yang utama dalam sesebuah penyampaian sama ada berbentuk ucapan atau tulisan yang menggunakan retorik. Ini bertepatan dengan (Schmidt dan Kess, 1986) yang mengatakan, bahasa merupakan salah satu elemen yang berkesan dalam pemujukan.

Walter J. Ong (1982) pula kebiasaannya retorik digunakan dalam pengucapan umum, ucapan lisan bagi tujuan pemujukan. Perkataan Yunani *rhetor* berasal daripada akar umbi yang sama dengan perkataan Latin, *orator* dan membawa maksud seorang pemedato umum. Istilah "*rhetoric*" merupakan perkataan asal dari Yunani yang diubah ke dalam bahasa Inggeris bagi merujuk kepada pengucapan awam terutamanya kepada pengujaran lisan, bukan kepada tulisan. Istilah tersebut berasal daripada ungkapan Yunani *rhema*, sebuah perkataan atau ujaran, yang sebaliknya datang daripada bahasa Proto-Indo-Eropah *wer*, sumber bagi perkataan *Latin verbum* dan perkataan Inggeris

'word'. Kata Ong lagi, semua budaya manusia sudah tentu pada permulaannya bersifat retorik, iaitu sebelum wujudnya tulisan semua budaya adalah budaya lisan.

Pendapat John E. Jordan (1975) retorik lebih mementingkan seni pembujukan ketika berucap. Dengan erti kata lain, retorik digunakan untuk mempengaruhi khalayak agar memberikan tindak balas tertentu terhadap apa-apa yang disampaikan oleh pengucap. Beliau menjelaskan lagi bahawa peranan bahasa amat penting dalam ucapan atau tulisan kerana dengan pemakaian bahasa yang menarik dan berkesan dapat mengubah pendirian seseorang terhadap sesuatu perkara yang dibincangkan.

Dori Wuwur Hendrikus (1991) pemakaian retorik moden memperlihatkan keterampilan pengucap atau penulis sama ada berupaya mengungkapkan bahasa dengan menarik, berjaya mempengaruhi emosi atau psikologi pembaca atau pendengar, serta mempunyai ingatan yang kuat. Aristotle mengatakan retorik sebagai seni menggunakan kaedah pemujukan dalam sesuatu situasi (Frank J. D'Angelo, 1975). Beliau mengatakan retorik adalah satu pemakaian bahasa yang lengkap yang merangkumi aspek kaedah dan amalan berbahasa yang menarik serta dapat menjadikan sesuatu pengucapan atau penulisan berkesan dalam mempengaruhi khalayak.

Pada asasnya, ilmu retorik dipelopori oleh ahli falsafah yang terkenal Plato. Beliau boleh dikatakan sebagai pelopor kepada ahli-ahli falsafah pada zamannya. Sekali gus, Plato menjadi guru kepada ahli-ahli falsafah yang lain. Leech (1993) mengatakan pemakaian bahasa retorik yang menarik dan berkesan dalam bidang komunikasi amat penting kerana seseorang penutur perlu mempunyai keupayaan menggunakan bahasa yang indah-indah dalam menyampaikan sesuatu perkara agar memberi kesan kepada pemahaman pendengar.

Retorik merupakan satu kaedah pengucapan yang bermatlamat untuk memberikan ilmu supaya dapat mempengaruhi psikologi pendengar sekali gus dapat mengubah pemikiran khalayak melalui bahasa (Jeniri Amir, 2006). Bagi Asmah Haji Omar (2007) retorik memperlihatkan pemakaian bahasa secara efektif oleh pengucap mengikut situasi yang sesuai. Penggunaan bahasa secara efektif mencerminkan tahap keberkesanan sesuatu penulisan atau pengucapan. Asmah Haji Omar (2007) keberkesanan sesuatu pengucapan dinilai berdasarkan kebolehan pengucap memperkembangkan sesuatu bahasa tersebut sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang menarik.

Keupayaan memanipulasikan unsur retorik dapat dijadikan sebagai senjata untuk memikat khalayak, pendengar atau pembaca agar terus mendengar dan terus membaca apa-apa yang ingin disampaikan oleh pengucap atau penulis. Lebih penting lagi, seseorang yang bijak beretorik turut berupaya mempengaruhi pemikiran atau pandangan khalayaknya untuk bersetuju dengan idea serta pendiriannya.

Lanham (1991) mengatakan retorik dapat meningkatkan tahap keyakinan seseorang melalui penggunaan bahasa yang berkesan. Perkara yang sama turut disentuh oleh (Raminah Sabran, 2002) iaitu retorik digunakan oleh penulis untuk menyampaikan maklumat, buah fikiran, teguran, atau memperjelaskan sesuatu perkara kepada khalayak berdasarkan keupayaan penulis memperkembangkan bahasa dengan jelas dan berkesan dalam penulisannya. Seseorang penulis yang berjaya menguasai retorik akan berupaya untuk menghasilkan satu penulisan yang mantap.



Mohd Rashid Md. Idris & Abu Hassan Abdul (2010) menyatakan bahawa penggunaan retorik yang berkesan dapat dilihat melalui cara bahasa itu dikembangkan dengan menarik sehingga dapat menarik perhatian kelompok masyarakat di sesuatu kawasan. Retorik turut memperlihatkan penggunaan bahasa yang indah-indah serta menyelitkan bahasa berunsur pemujukan yang bertujuan mempengaruhi khalayak. Bagi kalangan ahli-ahli politik, retorik digunakan sebagai senjata utama untuk memujuk, menyebarkan ideologi atau fahaman bagi mendapatkan sokongan rakyat dengan menggunakan saluran media cetak.

Nor Azuwan (2008) pemahaman terhadap retorik telah berkembang dengan lebih luas, bukan sahaja bertujuan untuk meracuni pemikiran khalayak, malah telah menular kepada strategi komunikasi secara lisan dan tulisan yang lebih berkesan. Norhaifa Bakar (2004) yang membincangkan kepentingan retorik dalam ucapan membuat kesimpulan bahawa pemakaian retorik dalam pengucapan atau tulisan mestilah menggunakan bahasa yang jelas dan menarik agar maklumat yang diterangkan dapat difahami oleh khalayak. Pengucap juga harus bijak memilih dan membina wacana ayat supaya bersesuaian dengan kelompok masyarakat supaya segala maklumat dapat disampaikan dengan jelas dan berkesan.

Keris Mas (1990) berpegang kepada prinsip bahawa retorik tidak boleh digunakan sewenang-wenangnya oleh ahli bahasa. Bagi beliau, tujuan utama retorik bukanlah untuk memperindah bahasa semata-mata tetapi lebih kepada untuk memperjelas dan memperkuat sesuatu idea atau konteks. Menurut Asmah Omar (2009), retorik dapat memberikan kekuatan dalam pengucapan atau tulisan kerana retorik dianggap aspek pemakaian bahasa yang lengkap dan sangat berkesan dalam mempengaruhi emosi dan pemahaman khalayak.

Selain memperlihatkan retorik daripada pandangan positif, terdapat juga ahli bahasa yang menjelaskan retorik daripada pandangan negatif. Antaranya Lim (2007) mengatakan retorik sering digambarkan dengan maksud yang bersifat negatif dan lebih dikenali sebagai retorik kosong. Retorik kosong merupakan pemakaian bahasa yang bombastik tetapi tidak mempunyai maklumat atau tujuan yang jelas. Locke (dalam Raja Masittah Raja Arffin, 2007) menjelaskan bahawa retorik boleh dikatakan sebagai satu ilmu yang berupaya dan mempunyai kekuatan dengan penggunaan aspek tipu daya dan muslihat dalam bahasa.

Bertitik tolak daripada pandangan ahli-ahli bahasa, jadi boleh dibuat kesimpulan bahawa retorik adalah seperti yang berikut:

- i) pemakaian bahasa pujukan yang sangat berkesan.
- ii) memperlihatkan tahap kebijaksanaan yang tinggi.
- iii) merangkumi bidang pengucapan dan penulisan.
- iv) menguasai bahasa dengan baik.
- v) bertujuan memujuk khalayak.
- vi) melibatkan simbol dan beberapa bidang disiplin
- vii) meninggalkan kesan yang positif kepada khalayak.

Kajian ini mengharapkan berlakunya perubahan yang baik dalam kalangan masyarakat dengan mengkaji keberkesanan penggunaan retorik dalam memujuk dan mempengaruhi masyarakat.

Tujuan retorik adalah untuk menilai sesuatu yang diucapkan oleh penutur melalui bahasa pujukan yang bertujuan mengubah tingkah laku dan pendirian manusia. Retorik juga akan berfungsi untuk menyesuaikan antara tingkah laku dan perbuatan manusia dengan keupayaan tindakan manusia. Jadi terbukti bahawa pemakaian bahasa retorik sama ada berbentuk penulisan atau pengucapan merupakan kaedah pemujukan yang berkesan yang bermatlamat pada akhirnya akan berlaku satu perubahan atau tindakan daripada khalayak.

Pemakaian bahasa berbentuk retorik turut dimanfaatkan oleh media dalam melaporkan sesuatu isu. Kepentingan peranan akhbar pada masa kini telah diangkat ke peringkat yang lebih tinggi kesan daripada perkembangan globalisasi teknologi dunia. Media massa diterjemahkan sebagai satu usaha penting dalam konteks kehidupan dan proses perubahan masyarakat ke arah yang lebih baik dengan meneroka pelbagai bidang yang dikaji oleh manusia. Media massa juga merupakan satu perbuatan atau usaha untuk mempengaruhi khalayak supaya melakukan perubahan (Vir Bala Aggawal, 2002). Media massa memainkan peranan yang sangat penting dalam menyampaikan maklumat kepada masyarakat, menyatakan sokongan terhadap aktiviti sosioekonomi masyarakat, melahirkan nilai kepercayaan antara satu sama lain, dan sebagai alat atau kaedah yang menyenangkan hati masyarakat (Musa Abu Hassan, 2004).

Pieter (2007) media massa boleh ditakrifkan sebagai satu kumpulan atau persatuan yang mempunyai tanggungjawab yang sama dalam melaporkan pelbagai maklumat atau berita kepada audiens. Pelbagai maklumat yang dilaporkan akan dikenal pasti dan diasingkan mengikut konteks situasi dan akan disalurkan kepada audiens, menerusi teknologi media.

Memang benar terbukti bahawa laras media sangat penting dan tersebar dalam kalangan masyarakat. Perkembangan tersebut sangat mustahak untuk memahami fakta bahawa sesuatu bahasa berkenaan berperanan penting dalam masyarakat moden dan mengetahui bahawa bahasa tersebut mempengaruhi persepsi atau tanggapan seseorang terhadap orang lain atau diri sendiri. Selain itu, media juga sangat penting untuk membolehkan kita memahami tentang sesuatu bahasa terhasil dan dibentuk oleh nilai-nilai tertentu. Oleh itu, media sering dianggap sebagai sumber makna yang terpenting dalam masyarakat bahasa berkenaan.

Media massa kebiasaannya digunakan untuk melaporkan sesuatu isu termasuklah membawa kepada isu sosioekonomi. Sosioekonomi merujuk kepada hubungan antara aktiviti ekonomi dan kehidupan sosial yang memperlihatkan cara seseorang menguruskan kekayaan dan pendapatan mereka serta tingkah laku mereka dalam membuat keputusan dalam pembelian dan cara seseorang memilih barangan dan menggunakan waktu mereka untuk meningkatkan kualiti hidup secara keseluruhan (Zaitul Azma Zainon Hamzah & Ahmad Fuad Mat Hassan, 2011). Pada tahun 1971, sejarah baru telah dilakar dalam pembentukan dasar ekonomi Malaysia bagi mencapai negara maju, iaitu dengan pelancaran Dasar Ekonomi Baru (DEB). Pelaksanaan DEB ini telah mencipta fenomena baru dalam pertumbuhan dasar ekonomi negara. Tokoh ekonomi, iaitu Kamal Mat Salih, berkeyakinan bahawa Dasar Ekonomi Baru (DEB) merupakan satu dasar yang perlu dilaksanakan di Malaysia bagi menyelaraskan jurang atau jaringan sosial yang sangat ketara dalam masyarakat (Saiful Bahri Kamaruddin, 2014). Tujuan pelaksanaan DEB adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara dan meningkatkan taraf sosioekonomi masyarakat. Hal ini akan mewujudkan banyak peluang pekerjaan dalam pelbagai sektor kepada masyarakat di negara ini yang

terdiri daripada pelbagai etnik dan agama. Pelaksanaan DEB ini juga dapat melahirkan sebuah masyarakat yang hidup dalam kesejahteraan, perpaduan, dan keharmonian di negara ini. Bagi mencapai matlamat dan sasaran utama DEB, iaitu untuk melahirkan sebuah negara maju, dua kaedah telah dikenal pasti dalam memenuhi hasrat DEB tersebut, iaitu:

- i) Untuk membasmi taraf kemiskinan masyarakat dengan menyediakan peluang pekerjaan dalam pelbagai sektor bagi meningkatkan pendapatan mereka.
- ii) Membuat penyusunan semula masyarakat agar berlaku keseimbangan ekonomi, seterusnya menghapuskan kaedah sistem ekonomi mengikut kaum.

(Unit Perancang Ekonomi: <http://www.epu.gov.my/dasar-ekonomi-baru>)

Pelaksanaan DEB sangat memberi penekanan terhadap program pembangunan sumber manusia yang bertujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat sekali gus dapat mengurangkan kadar kemiskinan masyarakat dalam negara. Program pembangunan sumber manusia ini bukan sahaja menumpukan kepada aspek kebajikan tetapi turut memberi penekanan terhadap program yang berbentuk produktif yang dapat membantu masyarakat meningkatkan kualiti hidup mereka. Program ini juga merupakan antara usaha yang dilaksanakan oleh DEB untuk membantu masyarakat terutama golongan miskin untuk menceburkan diri dalam pelbagai bidang aktiviti ekonomi bagi meningkatkan pendapatan hidup mereka sekali gus membawa mereka keluar daripada zon kemiskinan.

DEB turut memberikan penekanan terhadap pembangunan luar bandar yang merangkumi pelbagai program agropolitan secara bersepadu dan perladangan kontrak yang bertujuan untuk membasmi kemiskinan. Antaranya memperkenalkan program dalam bidang keusahawanan, pertanian, industri, menyediakan kemudahan infrastruktur, dan menyediakan kemudahan perkhidmatan sosial kepada masyarakat. Jadi, retorik ini akan menampakkan pelbagai bentuk dalam melaporkan ke arah pembangunan sosioekonomi.

Terdapat enam jenis retorik yang dikemukakan oleh Abu Hassan Abdul (2013), iaitu retorik pemerian, pemujukan, pendedahan, penghujahan, penceritaan dan penerangan. Pemerian menurut Kamus Dewan Edisi Keempat (2007) ialah perihal memerikan (mengisahkan), pengisahan, penjelasan, penerangan, dan penghuraian. Penulisan pemerian sering diaplikasikan dalam pelbagai genre penulisan. Penulis menggunakan teknik pemerian dalam penulisannya adalah untuk menggambarkan sesuatu. Contohnya penulis ingin memberi gambaran tentang sesuatu watak, pemandangan, kejadian, atau benda (Abu Hassan Abdul, 2013).

Abu Hassan Abdul (2010) menjelaskan pemakaian retorik jenis pemujukan dalam sesuatu ucapan atau penulisan akan meninggalkan kesan kepada seseorang. Retorik pemujukan sangat membantu pengucap untuk menarik perhatian, mempengaruhi, dan mengubah pandangan, pemahaman serta keyakinan khalayak. Hal ini kerana, retorik jenis pemujukan sangat memberikan penekanan terhadap aspek penggunaan bahasa yang indah-indah dan halus. Kebiasaannya dalam retorik ini pengucap akan memasukkan unsur-unsur bahasa yang boleh mempengaruhi pemikiran dan emosi pembaca. Hal ini dilakukan supaya khalayak bersetuju dan dapat menerima sesuatu pembangunan yang dilakukan oleh sesebuah pihak. Dalam retorik ini, penulis akan berusaha memainkan emosi pembaca dalam penulisannya.

Kamus Dewan Edisi Keempat (2007) mendefinisikan retorik penceritaan, iaitu perihal atau menceritakan sesuatu perkara. Retorik penceritaan atau turut dikenali retorik naratif bermaksud satu bentuk penyampaian berbentuk sebuah cerita, yang biasa ditemui dalam penulisan mahupun lisan. Kebiasaannya retorik jenis ini digunakan dalam penulisan novel dan cerpen. Penulisan penceritaan mempunyai bahagian permulaan, perkembangan, cerita, konflik dan peleraian sehingga terhasil satu kesatuan. Retorik ini melibatkan empat elemen yang saling melengkapi antara satu sama lain bagi membina sebuah cerita yang lengkap, iaitu aspek kesatuan, penekanan, pertalian atau pertautan, dan penggunaan gaya bahasa yang menarik, (Abu Hassan Abdul, 2010).

Abu Hassan Abdul (2010) menjelaskan kesatuan dalam sesuatu penceritaan merupakan tema, iaitu aspek yang mewujudkan kesatuan idea dalam cerita yang dihasilkan oleh pengarang. Pertautan pula merupakan jalinan perkembangan atau pembinaan cerita yang lebih dikenali sebagai plot. Penekanan merujuk kepada pemilihan dan penyusunan peristiwa yang dapat menarik minat khalayak. Seterusnya gaya bahasa merupakan pemakaian bahasa yang digunakan oleh pengarang untuk melengkapkan tema dan persoalan dan sebagainya yang ingin dihasilkan dalam cerita atau karyanya (Nik Hassan Basri Nik Ab. Kadir, 2007).

Daripada enam jenis retorik yang telah dikemukakan oleh Abu Hassan Abdul (2013) iaitu retorik pendedahan, pemerian, penerangan, penghujahan, penceritaan dan pemujukan. Retorik pendedahan dikenal pasti sebagai jenis yang paling popular digunakan dalam sesebuah penulisan (Sobariah Baharum, 2008). Bagi penulis, retorik jenis pendedahan ini berperanan penting dalam membantu khalayak untuk mudah memahami sesuatu perkara atau isu yang disampaikan dalam sesebuah penulisan. Sebagai contoh, retorik pendedahan digunakan dalam retorik penghujahan untuk menerangkan bukti dan hujah terhadap isu yang dibahaskan. Malah, dalam retorik pemerian juga didapati menggunakan retorik pendedahan untuk memperincikan sesuatu peristiwa atau keadaan. Jadi, retorik jenis pendedahan adalah bermatlamat untuk menjelaskan atau menerangkan sesuatu berita atau peristiwa yang memerlukan khalayak memahami dan mengambil tindakan daripada berita tersebut.

Raminah Sabran (2002) menerangkan bahawa retorik pemujukan bukan sahaja berperanan untuk mempengaruhi pembaca agar bersetuju dengan gagasan penulis, tetapi juga bertujuan untuk meyakinkan pembaca supaya bertindak mengikut apa sahaja yang disarankan oleh penulis. Contohnya, sebuah penulisan yang bersifat pujukan dihasilkan menggunakan bahasa yang menyentuh jiwa dan emosi pembaca. Penulisan jenis ini adalah bertujuan untuk mendapatkan simpati dan belas ihsan dalam kalangan pembaca terhadap kesusahan hidup seseorang, dan mengharapkan sumbangan daripada pembaca untuk membantunya. Retorik pemujukan ialah sebuah penulisan yang menerangkan sesuatu perkara atau isu yang memerlukan tindak balas daripada khalayak. Penulisan itu perlulah diberi penerangan dengan tepat, jelas, menarik dan mudah difahami oleh semua lapisan masyarakat malah frasa-frasa yang penting wajar diulang bagi memperkukuhkan lagi penerangan.

Bukti dan tujuan juga perlu dinyatakan atau diperihalkan dengan tepat dan menarik. Malah, seseorang penulis perlulah mempunyai kepakaran dalam membuat pertautan antara tindakan dan hujah yang telah dikemukakan. Manakala, dalam sesuatu penulisan yang baik, aspek hujah perlu diberi penjelasan dengan tepat dan lebih terperinci agar boleh dijadikan sandaran bagi mempengaruhi pemikiran pembaca. Sebagai contoh,

sekiranya seseorang penulis ingin menyatakan tentang kelemahan sesuatu perkara, maka penulis perlulah memperincikan kelemahan tersebut dengan jelas. Malah, penulis juga perlu mencari jalan penyelesaian bagi mengatasi kelemahan tersebut dengan menyatakan idea atau cadangan yang berkualiti. Idea atau cadangan tersebut haruslah bersesuaian dan mampu mempengaruhi dan mendorong pembaca untuk bertindak berdasarkan idea yang telah dinyatakan oleh penulis.

Manakala, gaya penyampaian seseorang pengucap atau penulis mestilah mempunyai tahap berimaginasi tinggi, pandai bermain dengan emosi dan berkeupayaan mempengaruhi pembaca dalam penulisan atau pengucapannya. Oleh itu, pemilihan diksi dan ayat perlulah disusun dengan teratur dan kemas agar menampakkan pertautan antara ayat dan mudah difahami oleh pembaca. Aspek diksi dan ayat merupakan kekuatan utama bagi menghasilkan sebuah penulisan yang lengkap dan menarik. Aspek itu juga berperanan penting dalam mempengaruhi dan meyakinkan pembaca terhadap sesuatu isu yang dibicarakan. Bagi menghasilkan sesuatu penulisan yang baik, penulis itu sendiri perlulah berani dan berkeyakinan tinggi terhadap apa sahaja yang dipersembahkan dalam penulisan.

Bertitik tolak retorik menjadi sandaran atau kekuatan dalam menghasilkan pengucapan atau penulisan yang baik, maka pemakaian retorik boleh dikembangkan lagi dengan pelbagai cara dan dalam pelbagai bidang termasuklah dengan meneliti kajian retorik dari aspek struktur, peranan, ciri-ciri dan jenisnya. Sesuatu penulisan atau pengucapan boleh ditentukan jenis retorik yang digunakan sama ada berbentuk pemujukan, pemerian, penerangan, penceritaan, pendedahan atau penghujahan berdasarkan cara penulis mempersembahkan dalam penulisan atau pengucapannya. Kebiasaannya sesebuah penulisan yang baik amat menitikberatkan penggunaan bahasa yang bersifat perulangan, pertautan, pertentangan, kiasan dan sindiran atau boleh dikatakan penyampaian bahasa dalam bentuk yang tersirat dan berlapis (Tarigan, 1985).

Stott dan Avery (2001) menyatakan bagi menghasilkan sesuatu penulisan yang baik, seseorang penulis mestilah mempunyai keupayaan mencorakkan penulisan agar kemas dan menarik. Corak penulisan yang menarik amat ditekankan oleh seseorang penulis untuk menerangkan dan menyampaikan idea kepada pembaca. Corak dalam sesebuah penulisan adalah proses penulis mengekspresikan fikirannya dengan menggunakan bahasa sebagai aspek utama.

Penggunaan retorik dalam sesebuah penulisan sering dikaitkan dengan tujuan dan maklumat yang berbeza-beza berdasarkan penulisan yang dihasilkan. Namun, pemakaian retorik dalam penulisan biasanya digunakan bertujuan untuk mempengaruhi pembaca, menerangkan sesuatu idea, menyenangkan jiwa dan untuk mengindahkan bentuk penyampaian. Lazimnya, pemakaian retorik dapat dilihat dalam pelbagai bidang tetapi yang paling ketara adalah digunakan dalam bidang media sama ada media massa atau media elektronik. Pemakaian retorik dalam media adalah berlainan dengan pemakaian retorik dalam novel (Sobariah Baharum, 2008). Penulis memberi penekanan terhadap pemakaian retorik jenis pemujukan dalam media terutama dalam bidang pengiklanan. Hal ini kerana, penulis beranggapan bahawa penggunaan retorik pemujukan sangat berkesan dalam menyampaikan sesuatu ideologi atau pendapat yang dihebahkan melalui saluran media untuk mempengaruhi orang ramai. Dalam erti kata lain, boleh dikatakan bahawa sesuatu penulisan yang dihasilkan bertujuan untuk mendapatkan persetujuan orang ramai adalah merupakan satu penulisan yang lebih

kepada memperlihatkan hasrat atau harapan penulis itu sendiri yang menginginkan pembaca menerima pendapat yang dipersembahkan dalam penulisannya.

### **Pernyataan Masalah**

Kajian tentang retorik telah banyak dilakukan oleh para pengkaji bahasa dalam pelbagai bidang. Hal ini memperlihatkan bahawa kajian dalam bidang retorik begitu popular dalam kalangan pengkaji bahasa yang seterusnya menyumbang kepada perkembangan bahasa di negara kita.

Dalam bidang media, antara pengkaji bahasa yang telah banyak menjalankan kajian retorik ialah Siti Saniah Abu Bakar (2009), Noor Husna binti Abd. Razak (2011), Jamil Yakyah (2000), dan Nurizah Abdullah (1997). Chong Chaik Chin (1999), Chuah Ju Nah (1998) dan Asmah Hj. Omar (2007). Namun kajian mereka lebih memfokus kepada bahasa iklan. Jamil Yakyah (2000) memfokuskan kajian kepada laras bahasa iklan dalam kajian beliau bertajuk “Retorik dan Semantik: Laras Bahasa Iklan”, Nurizah Abdullah (1997) memfokuskan aspek bahasa dalam kajian beliau yang bertajuk, Penggunaan Bahasa dalam Media Pengiklanan” dan Asmah Omar (1992), memfokuskan aspek perniagaan dalam kajian yang bertajuk, “Bahasa Iklan Perniagaan: Satu Kajian Bahasa Retorik”.

Sementara itu, Noor Husna binti Abd.Razak (2011) memfokuskan aspek retorik iklan dalam kajian bertajuk, ‘Retorik Dalam Iklan Produk Kesihatan’, manakala Siti Saniah Abu Bakar (2009) memfokuskan wacana iklan dalam kajian beliau yang bertajuk, “Retorik dalam Wacana Iklan Radio”.

Daripada beberapa kajian lepas, didapati kajian retorik yang memfokus kepada bidang sosioekonomi belum banyak dilakukan. Hal ini membuka ruang kepada pengkaji untuk mengkaji jenis retorik yang berkaitan aspek sosioekonomi masyarakat dalam laporan akhbar.

Selain itu, kajian mengenai retorik dalam dakwah juga telah dilakukan oleh pengkaji bahasa. Misalnya, Fadilah Isnin (2002) memfokuskan retorik dalam kajian bertajuk, “Retorik Lagu Melayu Dakwah: Analisis retorik paling luas” manakala Zoriati Osman (2005) pula memfokuskan ceramah dalam kajian yang bertajuk, “Kajian kes ceramah Haji Hadi Awang: Retorik Pujukan”. Disebabkan kedua-dua kajian terdahulu ini, hanya memfokuskan aspek dakwah, hal ini turut menyediakan ruang kepada pengkaji untuk mengkaji aspek sosioekonomi.

Bertitik tolak daripada beberapa kajian terdahulu, didapati walaupun bahan kajian tersebut melibatkan pelbagai genre seperti risalah perniagaan, iklan, teks ucapan, dan lain-lain, namun kajian yang menggunakan laporan akhbar berkaitan sosioekonomi masyarakat sebagai subjek kajian retorik masih kurang malah mungkin belum ada dijalankan di negara ini. Hal ini demikian kerana kajian yang dilaksanakan oleh para pengkaji terdahulu kebanyakannya memberikan tumpuan kepada aspek retorik secara umum dalam pelbagai bidang. Penelitian retorik secara menyeluruh dan terperinci dalam bidang sosioekonomi belum dilakukan sehingga kini.

Justeru pengkaji melakukan kajian yang memfokuskan aspek sosioekonomi masyarakat ini selain untuk memperluas lagi skop kajian retorik dalam pelbagai bidang di negara

ini, juga untuk menambahkan sumbangan ilmu baru dalam penyelidikan bahasa Melayu. Kajian retorik dalam bidang sosioekonomi ini perlu dilakukan oleh pengkaji kerana penggunaan bahasa dalam bidang sosioekonomi masyarakat adalah sarat dengan unsur retorik yang berfungsi menarik minat masyarakat iaitu khalayak dan pembaca agar menerima perubahan sosioekonomi yang berlaku di negara ini melalui penggunaan retorik dalam laporan akhbar, masyarakat dapat didedah dan dipujuk agar dapat memahami agenda perubahan dan pembangunan sosioekonomi masyarakat di Malaysia.

### **Persoalan Kajian**

Berdasarkan pernyataan masalah, beberapa persoalan kajian telah dibentuk untuk dibincangkan dan diuraikan. Persoalan tersebut adalah seperti berikut:

- i. Apakah retorik yang wujud dalam media cetak yang membawa ke arah pembangunan sosioekonomi.
- ii. Apakah penggunaan retorik dalam media cetak yang membawa ke arah pembangunan sosioekonomi.
- iii. Apakah kaedah retorik yang wujud dalam media cetak berkaitan bidang sosioekonomi.

### **Objektif Kajian**

Penyelidikan ke atas retorik dalam laporan akhbar ini bertujuan untuk mencapai objektif yang berikut:

1. Mengenal pasti penggunaan dan ungkapan retorik dalam laporan akhbar tentang pembangunan sosioekonomi masyarakat.
2. Menganalisis penggunaan retorik dalam laporan tentang pembangunan sosioekonomi masyarakat menggunakan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993).
3. Merumus kekuatan retorik dalam laporan akhbar yang membawa kesan perubahan terhadap pembangunan sosioekonomi masyarakat.

### **Kepentingan Kajian**

Oleh sebab akhbar kini merupakan medium utama penyampaian maklumat kepada masyarakat termasuklah dalam bidang sosioekonomi, maka penambahbaikan perlu dilakukan terhadap bidang akhbar. Hal ini haruslah merangkumi pelbagai aspek dan bidang agar dapat mengimbangi peranannya dalam kalangan masyarakat. Oleh itu, boleh dikatakan bahawa akhbar adalah medium yang penting kepada masyarakat untuk mendapatkan sesuatu maklumat dan untuk mempengaruhi masyarakat dalam meningkatkan ekonomi negara. Media cetak mahupun media elektronik telah meninggalkan kesan kepada pembaca dan pendengar dan boleh dikatakan begitu sebatu dalam kehidupan seharian masyarakat pada masa kini. Justeru itu, pemilihan diksi dan aspek bahasa dalam media perlu diberikan perhatian yang serius oleh penulis supaya maksud yang ingin disampaikan mudah diterima dan dapat mempengaruhi masyarakat.

Memandangkan betapa pentingnya penggunaan bahasa yang perlu diberi perhatian dalam sesebuah teks laporan media, maka kajian ini amat perlu dilakukan. Dapatan kajian ini nanti diharapkan dapat memberikan panduan kepada pengkaji bahasa yang lain untuk memperkembangkan lagi kajian dalam bidang ini, termasuklah bagi panduan guru bahasa dan pelajar di sekolah serta masyarakat yang memang menjadikan akhbar sebagai teman hidup dalam kehidupan seharian mereka. Oleh itu, kajian ini diharapkan dapat:

- a) Menjadi rujukan yang berguna kepada para ahli linguistik yang berminat tentang retorik dan mereka yang ingin membuat kajian mengenai retorik dalam konteks yang lain atau mengkaji retorik dari aspek atau dengan cara yang lain.
- b) Membantu guru bahasa menghayati unsur-unsur retorik dan kepentingan penggunaannya terutamanya dalam teks laporan media, pertuturan seharian dan sebagainya. Dengan demikian, para guru dapat mengajar para pelajar menghayati unsur retorik dan tahu mengaplikasikannya dengan betul dan tepat.
- c) Memberi idea kepada wartawan yang melaporkan sesuatu isu agar mereka mengetahui kepentingan penggunaan retorik dan fungsi retorik dalam laporan media. Selain itu, dapatan kajian ini dapat membantu mereka melahirkan buah fikiran untuk menulis laporan rencana yang boleh memanfaatkan pengguna, iaitu teks laporan yang dicipta itu pendek dan cukup kaya dengan makna dan senang difahami oleh pembaca. Dengan itu para pembaca menerima mesej yang ingin disampaikan itu dan menerima pembangunan yang dilakukan oleh kerajaan.
- d) Membantu syarikat akhbar menggunakan hasil kajian ini untuk menjayakan akhbar masing-masing, iaitu dengan menggunakan retorik dalam laporan media supaya dapat menarik perhatian dan mempengaruhi pengguna. Selain itu, jika menggunakan retorik dalam teks laporan media, kebiasaannya perkataan, frasa atau ayat yang digunakan adalah pendek. Oleh itu, membolehkan masyarakat mudah memahami perubahan yang dilakukan oleh kerajaan yang membawa kearah pembangunan sosioekonomi masyarakat.

### **Batasan Kajian**

Kajian ini terbatas kepada dua laporan akhbar berbahasa Melayu, iaitu akhbar Sinar Harian dan Utusan Malaysia. Sinar Harian dipilih mewakili akhbar tabloid, manakala Utusan Malaysia dipilih mewakili akhbar berbahasa Melayu utama. Retorik yang dipilih oleh pengkaji adalah bermula dari bulan (September hingga Disember 2013 dan Januari 2014). Pemilihan dibuat ke atas laporan media tersebut adalah bersesuaian dengan tujuan kajian iaitu untuk meneliti penggunaan retorik dalam laporan media berkaitan sosioekonomi. Sejumlah 50 petikan retorik laporan akhbar yang berkaitan bidang sosioekonomi yang dipilih oleh pengkaji sebagai data kajian.

Pengkaji menggunakan akhbar Sinar Harian dan Utusan Malaysia sebagai data utama dalam kajian ini kerana daripada penelitian pengkaji akhbar tersebut pada bulan (September hingga Disember 2013 dan Januari 2014) banyak menyiarkan tentang laporan mengenai isu sosioekonomi seperti isu harga minyak, kenaikan harga barang, bencana alam, tol, kenaikan tarif elektrik dan isu-isu yang berkaitan sosioekonomi yang lain. Hal ini juga bersesuaian dengan pelaksanaan kerajaan melancarkan rancangan



pembangunan ekonomi seperti Pembangunan Luar Bandar dan Dasar Ekonomi Baru yang dikatakan dapat membantu meningkatkan sosioekonomi masyarakat. Pembatasan dilakukan sedemikian supaya hasil dapatan kajian ini lebih khusus dan tidak mengelirukan.

Tumpuan kajian ini hanya terhad kepada penggunaan retorik dan aspek bahasa dalam laporan akhbar Sinar Harian dan Utusan Malaysia. Kajian ini memfokuskan lima jenis retorik iaitu pemujukan, pendedahan, penerangan, penghujahan dan pemerian. Pada awalnya, pengkaji mengumpulkan keratan akhbar yang berkaitan dengan sosioekonomi. Selepas itu, pengkaji mengenal pasti retorik yang digunakan dalam akhbar tersebut. Seterusnya, pengkaji memilih retorik yang lebih menampakkan kesan pembangunan sosioekonomi untuk menjawab objektif kajian. Lampiran retorik yang tidak dipilih sebagai data kajian dilampirkan dalam senarai lampiran. Penggunaan aspek retorik yang akan dikaji dalam konteks kajian ini merujuk kepada ayat-ayat yang tertulis dalam laporan tersebut yakni termasuk tajuk, subtajuk, frasa, ayat dan lain-lain. Data kajian ini akan dianalisis menggunakan kerangka Teori Retorik Moden yang akan di hurai dengan terperinci dalam bab 3.

Pengkaji menentukan batasan kajian supaya ruang lingkup kajiannya tidak terlalu luas dan supaya maklumat dapat disampaikan dengan tepat, lengkap dan berkesan. Batasan kajian ini juga penting sebagai panduan kepada pengkaji untuk menentukan kajiannya berada dalam ruang lingkup yang betul.

## **Definisi Operasional**

### **Sosioekonomi**

Dalam kajian ini sosioekonomi dirujuk sebagai hubungan antara aktiviti ekonomi dan kehidupan sosial. Bidang ini memperlihatkan usaha-usaha kerajaan untuk membawa pembangunan ekonomi kepada rakyat dengan membuat pelbagai dasar dan menyediakan peluang pekerjaan serta penambahbaikan yang bertujuan meningkatkan taraf dan kualiti hidup rakyat. Selain itu, sosioekonomi juga menyentuh kepada laporan yang melibatkan isu-isu seperti kenaikan harga minyak, tol, tarif elektrik, tambang, harga barang, isu perumahan, dan bencana alam.

### **Retorik**

Retorik dirujuk sebagai kajian tentang teknik pemakaian bahasa secara berkesan dalam penulisan atau pertuturan. Retorik juga merupakan seni menggunakan atau memakai bahasa yang indah dan menarik untuk memujuk atau mempengaruhi pendengar atau pembaca. Retorik adalah seni atau disiplin berkaitan penggunaan wacana sama ada dalam penulisan atau pengucapan dengan tujuan menyampaikan, memaklumkan, dan mempengaruhi khalayak. Dalam kajian ini retorik adalah berkaitan dengan penggunaan bahasa yang berseni dan berketerampilan yang terdapat dalam laporan media dalam bidang sosioekonomi.

## **Kesimpulan**

Kesimpulannya, dalam bab 1 ini, definisi retorik dijelaskan sebagai seni atau pengucapan yang berkesan. Pernyataan tentang retorik diperkukuhkan dengan definisi retorik berkaitan jenis, struktur dan gaya oleh tokoh-tokoh bahasa dari dalam negara dan dari luar negara. Penggunaan retorik dalam media cetak dianggap satu kemestian supaya berita tidak hambar. Media cetak akhbar Sinar Harian dan Utusan Malaysia digunakan sebagai skop kajian untuk melihat aspek retorik berdasarkan Teori Retorik Moden oleh (Enos dan Brown, 1993). Pernyataan masalah, objektif kajian dan kepentingan kajian dikemukakan oleh pengkaji untuk dijadikan rujukan kepada pengkaji-pengkaji bahasa yang lain dalam memperkembangkan lagi kajian dalam bidang retorik.



## BIBLIOGRAFI

- A'ishah Zaharah Ali. (2007, Januari). Retorik dalam ucapan. *Dewan Bahasa*, 7(1), 28-30.
- Abdul Mua'ti @ Zamri Ahmad. (2007). *Pemikiran Tun Dr. Mahathir bin Mohamad*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Abu Hassan Abdul. (2007). *Strategi retorik dalam autobiografi melayu: perbandingan karya Hamka dengan Shanon Ahmad*. (Tesis Ph.D yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Abu Hassan Abdul. (2010). *Seni mengarang BMK 3043*. Tanjung Malim: Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Abu Hassan Abdul. (2013). *Seni mengarang BMK 3043*. Tanjung Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Abu Sofian Yaacob. (2013 September 20). Harga RON95, diesel naik 20sen bermula esok. *Sinar Harian*.
- Ai Chat, Lee. (2001). *Analisis teks ucapan politik bahasa melayu dari segi retorik: satu kajian kes terhadap ucapan Dr. Mahathir Mohamad*. Tesis Sarjana. Fakulti Bahasa dan Linguistik, Universiti Malaya. Kuala Lumpur.
- Aristotle. (1991). *On rhetoric: a theory of civic discourse*. Translated by George A. Kennedy. New York: Oxford University Press.
- Asmah Hj. Omar. (1984). *Bahasa iklan perniagaan: satu kajian bahasa retorik*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Asmah Hj. Omar. (2007). *Kesantunan bahasa dalam pengurusan pentadbiran dan media*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Asmah Omar. (2009, September). Karya Za'ba: perintis seni mengarang dan retorika melayu. *Dewan Masyarakat*, 47(9), 57-62.
- Bachrach, S. (1989). *Organizational theories: some criteria for evaluation*. *Academy of Management Review*, 14(4), 496-515.
- Brooks, C., & Warren, R. P. (1979). *Modern rhetoric*. (4th ed.). United States of Amerika: Harcourt Brace Jovanovich, Inc.
- Bryman, A. (2008). 'Of methods and methodology', *qualitative research in organizations and management*, 3, 2008, pp. 159-68.
- Burke, Kenneth. (1962). *A grammar of motives and a rhetoric of movies*. Cleveland: World.

- Campbell, G., (2001). *Some definitions of rhetoric*. Stamford: Stamford University Press.
- Carroll, J.B. (1966). *Research in foreign language teaching: the last five years*. En Mead, R.G. (ed.) *Language Teaching: Broader Contexts*. Northeast Conference on the Teaching of Foreign Languages: Reports of the Working Committees, Nueva York, MLA Materials Center. Carter, R. (1993) *Introducing Applied Linguistics*, Londres, Penguin.
- Chin Su Phin. (2013 Disember 10). GST bantu kerajaan terima pendapatan tetap. *Sinar Harian*.
- Chong C. C. (1999). *Bahasa gimik dalam iklan*. Sarjana Pendidikan. Universiti Putra Malaysia.
- Chong K. F. (2003). *Analisis strategi retorik Sultan Omar Ali Saifuddin III tentang isu-isu perlembagaan negeri Brunei dan rancangan Malaysia, 1959-1963*. Tesis Doktor Falsafah. Fakulti Bahasa dan Linguistik: Universiti Malaya.
- Chua Y. P. (2011). *Kaedah dan stilistik penyelidikan. buku 1. kaedah penyelidikan. edisi kedua*. Mc Graw Hill: Kuala Lumpur.
- Chuah J. N. (1998). *Kajian sosiolinguistik bahasa iklan cetak dengan tumpuan kepada aspek retorik*. Universiti Malaysia: Kuala Lumpur.
- Coleman, L.K. (1982). *A linguistic analysis of television commercials*. (Tesis Ph.D). University of California: Berkely.
- Colin Robson. (2011). *Real world research 3e paperback* – 4 Mar 2011. John Wiley & Sons; 3rd Edition edition.
- Cook, G. (1989). *Discourse*. Oxford: Oxford University Press.
- Corbett, P. J. (1971). *Classical rhetoric for the modern student (2 Edition)*. New York: Oxford University Press.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Dodge, K. A., Pettit, G. S., & Bates, J. E. (1994). *Socialization mediators of the relation between socioeconomic status and child conduct problems*. *Child Development*, 65: 649-665.
- Dori Wuwur Hendrikus. (1991). *Retorika: terampil berpidato, berdiskusi, berargumentasi, berneyosiasi*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

- Effendy Ahmadi. (2004). *Retorik peribahasa Melayu: analisis skema dan trope*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya: Kuala Lumpur.
- Enos T. & Brown S.C. (1993). *Defining the new rhetoric*. New York: Sage Publications.
- Fadilah Isnin. (2002). *Retorik lagu Melayu dakwah: analisis retorik paling luas*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya: Kuala Lumpur.
- Fadilah Isnin. (2005). *Giliran bertutur dalam teks kaunseling: analisis retorik*. Tesis Sarjana Akademi Pengajian Melayu, Kuala Lumpur: Universiti Malaya.
- Foss, Sonja K. (2004). *Rhetorical criticism: exploration and practice*. 3<sup>rd</sup>. Ed. Long Grove, Illinois: Waveland Press.
- Frank J. D'Angelo. (1975). *A conceptual theory of rhetoric*. Cambridge Massachusetts: Winthrop Publisher, Inc.
- Garrison, R. (2000, June). *Theoretical challenges for distance education in the 21<sup>st</sup> Century: A shift from structural issues*. International Review of Research in Open and Distance Learning, 1(1), 1-7.
- Gary T. Hunt. (1989). *Communication skills in the organization*. Prentice Hall College Div; 2 Sub edition (February 1, 1989).
- Gorys Keraf. (2003). *Argumentasi dan narasi*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.
- Gorys Keraf. (2005). *Diksi dan gaya bahasa*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.
- Hafsah Hashim. (2013 Disember 18). SME corp peruntuk RM36 juta bagi baucar inovasi. *Utusan Malaysia*.
- Hasan Mat Nor, Shahrudin Idrus & Sarah Aziz Abd. Ghani Aziz. (2001). *Round table dialogues*. Institut Alam Sekitar dan Pembangunan (LESTARI). Bangi. Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Herrick, J. A. (2005). *The history and theory of rhetoric: An introduction*. Boston: Allyn and Beacon. Chicago.
- Hsieh and Shanon. (2005, November). *Three approaches to qualitative content analysis*. Qual Health Res. 15(9): 1277-88.
- Ismanorbiha. (2005). *Analisis penyelidikan tentang retorik di peringkat sarjana dan kedoktoran*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

- J. Creswell. (1994), *The mixed methods reader* (pp. 253-270). Thousand Oaks, CA, EE. UU.: SAGE.
- Jamil Yakayah. (2000). *Laras bahasa iklan: retorik dan semantik*. Sarjana Pendidikan: Universiti Putra Malaysia.
- Jarratt. S. C. (1991). *Rereading the sophist: classical rhetoric refigured, carbondale and edwardsville*: Sourthern Illinois University press.
- Jeniri Amir. (2006, Januari). Petua Memikat Khalayak-Retorik Sebagai Senjata Tajam. *Pelita Bahasa*. 18(1), 14-17.
- Jeniri Amir. (2013). *Menulis biografi: melakar kehidupan*. Kuala Lumpur: Institut Tejemahan & Buku Malaysia (ITBM).
- Joanna Lwi. (2004). *Penggunaan metafora dalam bahasa iklan cetak: satu kajian semantik*. Tesis Sarjana, Fakulti Bahasa dan Linguistik, Kuala Lumpur, Universiti Malaya.
- Jordan, J. E. (1965). *Using rhetoric*. New York: Harper Row Publisher.
- Jordan, J. E. (1975). *A conceptual theory of rhetoric*. Cambridge: Publishers. Inc.
- Kamus Dewan Edisi Keempat. (2007). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kamus Dewan Edisi Keempat. (2005). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kenneth, B. (1962). *A rhetoric of motives*. USA: University of California.
- Keris Mas. (1990). *Perbincangan gaya bahasa sastera*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lakoff, R.T. (1982). *Persuasive discourse and ordinary conversation, with examples from advertising*. Washington D. C.: Georgetown University Press.
- Lanham, Richard A., (1991). *A hardlist of rheotorical terms*, Los Angeles: University of California Press.
- Leech, G.N. (1993). *Prinsip pragmatik*. (Azhar M. Sidim, Penterjemah). London: Longman. (Karya asal diterbitkan pada 1981).

- Lim, K. H. (2007, Januari). Retorik ketakutan dan bahasa politik Amerika. *Dewan Bahasa*, 7(1), 10-13.
- Lim, K. H. (2007). *Pemikiran retorik barat*. Dewan Bahasa dan Pustaka Brunei.
- Look, T. J. (1997). *Retorik dalam penjualan insurans: satu analisis prinsip kerjasama dan prinsip kesopanan*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya: Sarjana Sastera.
- Maimunah Ibrahim. (1999). *Implikatur dalam iklan*. Tesis Sarjana Fakulti Bahasa dan Linguistik, Kuala Lumpur, Universiti Malaya.
- Manam Sumantri. (1991). *Teknik menyusun pidato/sambutan*. Balai pustaka. Jakarta: Perum Penerbitan dan Percetakan.
- Mahathir Mohamed. (2013 Disember 29). Banyak perbelanjaan boleh dijimatkan. *Sinar Harian*.
- McCloskey, Donald M. (1986). *The rhetoric of economics*. Sussex, England and Wisconsin, U.S.A.: The Harvester Publishing Group.
- Michael L. Geis. (1982). *The language of television advertising*. Elsevier Science & Technology Books
- Mohd Majid Konting. (1990). *Kaedah penyelidikan pendidikan*. Kuala Lumpur.
- Mohd Nazree Mohd Yunus. (2013 Disember 16). Kenaikan tol pelengkap pakej penderaan. *Sinar Harian*.
- Mohd Rashid Md Idris & Abu Hassan Abdul. (2010). *Falsafah pendidikan bahasa*. Kuala Lumpur: Percetakan Salam Sdn Bhd
- Musa Abu Hassan. (2004, November). Persaingan stesen televisyen Siapakah yang Untung?. *Dewan Masyarakat*, 46(11), 8-10.
- Mustapha Mohamed. (2013 Disember 21). Kenaikan tol, elektrik : kerajaan akan beri penerangan. *Utusan Malaysia*.
- Najib Razak. (2013 September 2). Najib: Naik harga minyak, proses kukuh ekonomi. *Sinar Harian*.
- Nik Hassan Basri Nik Ab. Kadir. (2007). "Pendekatan pembelajaran kontekstual dalam pengajaran dan pembelajaran bahasa Melayu". Mengajar dan Belajar Bahasa Melayu Jilid 3. Tanjung Malim : Jabatan Bahasa Melayu, Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Nik Safiah Karim. (1983). Laras iklan dalam bahasa Malaysia, *Penerbitan Berkala*. Kuala Lumpur : JPM, Universiti Malaya.

- Nora Aziz. (2004). *Retorik novel shit: analisis retorik paling luas*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Noorbaithi Hj. Badaruddin. (1988). Retorik dalam bahasa pengiklanan. *Jurnal Dewan Bahasa*, 32(6), halaman 415-422.
- Noorbaithi Hj. Badaruddin. (2002). *Dunia media moden*. Kuala Lumpur: PTS Publications & Distributors Sdn. Bhd.
- Noor Husna bt Abd. Razak. (2011). *Retorik dalam iklan produk kesihatan*, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi : Universiti Putra Malaysia.
- Norhaifa Bakar. (2004). *Retorik pengucapan Datuk Abu Hasan Din Al-Hafiz*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Nor Azuwan Yaakob. (2005). Penulisan Kewartawanan Melayu : *Kajian retorik terhadap kandungan akhbar berita harian (1957-1999)*. (Tesis PhD), Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Nor Azuwan Yaakob. (2008). *Retorik kewartawanan Melayu Akhbar Berita Harian*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Nor Hani Soid. (1999). *Retorik iklan: Satu analisis kesan pembujukan langsung. Tumpuan kepada iklan Smart Shop*. (Tesis Sarjana yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Nor Hashimah Hj. Jalaluddin. (1994). *Bahasa jual beli dalam perniagaan runcit: satu analisis semantik dan pragmatik*, (Tesis M.A). di Pusat Bahasa, Universiti Malaya.
- Nurizah Abdullah. (1997). *Penggunaan bahasa dalam media pengiklanan*. Sarjana Pendidikan: Universiti Putra Malaysia.
- Ong, Walter J. (1982). *Orality and literacy. The technogizing of the word*. London: Methuen.
- Othman Lebar. (2007). *Penyelidikan kualitatif pengenalan kepada teori dan metod*. Tanjong Malim: Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Pieter, J.F. (2007). *Media studies: media history, media and society*. South Afrika: Formeset Print.
- Rahman Shaari. (1993). *Memahami gaya bahasa*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Rashid Md Idris (2013). *Jenis dan Prinsip Retorik*  
<http://karyagungsem4.blogspot.my/2013/05/jenis-dan-prinsip-retorik.html> muat turun pada 31 Disember 2013.



- Raminah Sabran. (2002, November). Retorik pendedahan dan penghujahan. *Pelita Bahasa* 14(11), 42-43.
- Raminah Sabran. (2002, Disember). Retorik pemujukan dan pemerian. *Pelita Bahasa* 14(11), 42.
- Ramli Harun. (1999). *Pengaruh bahasa iklan ke atas remaja: satu kajian kes di sebuah sekolah di Kota Baharu, Kelantan*. Tesis Sarjana, Fakulti Bahasa dan Linguistik, Kuala Lumpur, Universiti Malaya.
- Raja Masittah Raja Ariffin. (2007, Januari). Retorik politik, kata-kata sakti pemujukan. *Dewan Bahasa*, 7(1), 24-26.
- Rafizi Ramli. (2013 November 30). GST tidak miskin rakyat. *Sinar Harian*.
- Richards, I.A. (1971). *The philosophy of rhetoric*. Reprinted. New York: Oxford University Press.
- Saiful Bahri Kamaruddin. (2014). *Dasar ekonomi baru masih diperlukan: Prof Kamal Mat Salih*. <http://www.ukm.my/news/arkib/year-2014/november-2014/dasar-ekonomi-baru-masih-diperlukan-prof-kamal-salih/>. Diakses pada 15 Januari 2015.
- Schmidt, R & Kess, JF. (1986). *Television advertising and televangelism; Discourse Analysis of Persuasive Language*. Philadelphia; John Benjamin Publishing Company.
- Sharon Crowley S, & Hawhee D. (1999). *Ancient rhetoric for contemporary Students*, 2<sup>nd</sup> ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Siti Saniah Abu Bakar. (2009). *Retorik dalam wacana iklan radio*. (Tesis PhD yang belum diterbitkan). Universiti Putra Malaysia.
- Sloane, T.O. ed. (2001). *Encyclopedia of rhetoric*. Oxford University Press.
- Sobariah Baharum. (2008). Retorik dalam novel-novel Abdullah Hussain. Dimuat turun daripada <http://www.pdfcollector.com/Retorik-Dalam-Novel-Novel-Abdullah-Hussain.html>.
- Sobariah Baharum. (2008). *Retorik dalam novel-novel Abdullah Hussain*. (Tesis Ph.D yang belum diterbitkan). Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi : Universiti Putra Malaysia.
- Solis-Camara, P. R., & Fox, R. A. (1996). *Parenting practices and expectations among Mexican mothers with young children*. *Journal of Genetic Psychology*. 157(4): 465-476.

Stott R, & Avery S. (2001). *Writing with style*, England: Pearson Education United.

Suparman Natawidjaja. (1986). *Apresiasi stilistika*. Jakarta: PT Intermasa.

Syed Hamid Albar. (2103 Desember 12). SPAD tak lulus naik tambang, masih kaji. *Sinar Harian*.

Tarigan, Henry Guntur. (1985). *Pengajaran semantik*, Bandung, Indonesia, ANGKASA.

Trochim, W. (2000). *The research methods knowledge base, 2nd Edition*. Atomic Dog Publishing, Cincinnati, OH.

Unit Perancang Ekonomi. *Dasar ekonomi baru*. <http://www.epu.gov.my/dasar-ekonomi-baru>. Diakses pada 15 Januari 2015.

Vir Bala Aggarwal. (2002). *Media and society: challenges and oppurtunities*. New Delhi: Concept Publishing Company.

Wayne, C.B., & Marshall, W.G. (1987). *The harper & row rhetoric, writing as thinking as writing*. New York: Harper & Row Publisher.

Wichelns, Herbert A.(1958). "The literary criticism of oratory," *The rhetorical idiom. essays in rhetoric, oratory, language, and drama*, ed. Donald C. Bryant, Ithaca, N. Y: 1958.

Zaitul Azma Zainon Hamzah dan Ahmad Fuad Mat Hassan. (2011). *Peribahasa Melayu: penelitian makna dan nilai*. Serdang: Penerbit UPM

Zarina Ibrahim. (2003). *Retorik iklan. unsur pisteis dan figur yang mendokongnya dalam iklan cetak, (Majalah Wanita 2000-2002)*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

Zoriati Osman. (2005). *Retorik pujukan : kajian kes ceramah Haji Hadi Awang/Zoriati Binti Osman*. Thesis Master, Universiti Malaya.

Zulkifli Ahmad Hamid. (1985). *A Rhetorical analysis of the selected speeches of Tunku Abdul Rahman Putera on the Issues of Independence for Malaya, 1951-1957*. Thesis PhD New York: University of Ohio.

Zulkarnaian Kamisan. (2014 Januari 1). Teksi, kereta sewa berkubur? *Sinar Harian*.