



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA
PENGISTILAHAN PRODUK KECANTIKAN TEMPATAN

NAWAL HANIM LOPE ZAINAL ABIDIN

FBMK 2015 22



PENGISTILAHAN PRODUK KECANTIKAN TEMPATAN

Oleh

NAWAL HANIM LOPE ZAINAL ABIDIN

Tesis ini dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah, Universiti Putra Malaysia, sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Sarjana Sastera.

Jun 2015

HAK CIPTA

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini, termasuk teks tanpa had, logo, ikon, gambar dan semua karya seni lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya. Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersil daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersil bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia.

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia



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

PENGISTILAHAN PRODUK KECANTIKAN TEMPATAN

Oleh

NAWAL HANIM LOPE ZAINAL ABIDIN

Jun 2015

Pengerusi : Hasnah Mohamad, Ph.D

Fakulti : Bahasa Moden dan Komunikasi

Industri kecantikan di Malaysia kian berkembang dan seterusnya mengambil bahagian dalam pasaran global. Akhir-akhir ini industri kecantikan di negara ini dicemari nama produk yang bercampur-baur dengan nama dalam bahasa Melayu dan bahasa asing. Justeru, kajian ini dijalankan untuk mencerakinkan senarai nama produk kecantikan tempatan mengikut kategori bahasa yang digunakan; menilai faktor yang mempengaruhi pengusaha produk kecantikan tempatan memilih nama produk dengan berpandukan Teori *Frame Semantics* (Charles J. Fillmore, 1979) dan mewujudkan panduan penamaan produk kecantikan tempatan. Kajian ini menggabungkan kaedah analisis kandungan dan kajian lapangan. Sampel kajian analisis kandungan terdiri daripada majalah Minggu Wanita bulan Januari hingga Jun 2012. Instrumen kajian lapangan pula terdiri daripada borang soal selidik yang diedarkan kepada 60 sampel dalam kalangan pengusaha di Kuala Lumpur, Selangor, Perak dan Kedah dan 200 sampel dalam kalangan pengguna di Kuala Lumpur dan Selangor. Dapatan kajian dianalisis menggunakan Teori *Frame Semantics* (Charles J. Fillmore, 1979). Teori ini memandu pengkaji dalam aspek makna linguistik dan penyeragaman makna mengikut ranah, pentafsiran ayat dan kesinambungan antara bahasa dengan pengalaman yang berlaku dalam dunia penutur. Kajian mendapati sebanyak 55% penggunaan nama dalam bahasa Inggeris, diikuti 23% dalam bahasa Melayu, 11% dalam bahasa Melayu bercampur dengan bahasa Inggeris, 8% dalam bahasa Melayu atau bahasa Inggeris bercampur dengan bahasa Perancis dan 3% bahasa Melayu atau bahasa Inggeris bercampur dengan bahasa Arab. Kajian membuktikan bahawa faktor kemahiran, sikap, persepsi, ekonomi bahasa dan pengaruh Internet menyumbang kepada pembentukan nama produk yang rancu. Pada akhir kajian, pengkaji telah menyediakan senarai panduan penamaan produk kecantikan wanita yang mencakupi aspek konotasi pada nama, kesantunan, keestetikaan, ketepatan, kepadatan, kejituan dan penggunaan nahu yang betul.

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

TERMINOLOGY OF LOCAL BEAUTY PRODUCTS

By

NAWAL HANIM BINTI LOPE ZAINAL ABIDIN

June 2015

Chair : Hasnah Mohamad, Ph.D

Faculty : Modern Languages and Communication

Beauty industry in Malaysia continues to expand globally. Lately, beauty industry in the country has been contaminated with products that are named with mixed terms in the Malay language and foreign languages. Hence, this research analysed listing of names of local beauty products by category of languages used; evaluated factors that influencing entrepreneurs of local beauty products in choosing product names by referring to Frame Semantics Theory (Charles J. Fillmore, 1979) and produced guidelines on naming of local beauty products. The research combines the content analysis and the field studies method. The samples for content analysis were collected from *Mingguan Wanita* magazines from January to June 2012. The field studies instrument involved the distribution of questionnaires to 60 samples among entrepreneurs in Kuala Lumpur, Selangor, Perak and Kedah and 200 samples among consumers in Kuala Lumpur and Selangor. The findings were analyzed using the theory of Frame Semantics (Charles J. Fillmore, 1979). The theory helps the researcher in the meaning of linguistic and the standardization of the meaning according to domain, interpretation of the verse and the continuity between language and experience that occurs in the world of the speaker. The findings of the study show that 55% products are named in English language, followed by 23% in Malay language, 11% in the Malay language mixed with English, 8% in Malay or English language mixed with French and 3% in Malay or English language mixed with Arabic. The research also proves that skills, attitudes, perceptions, language and economic influence of the Internet are factors that contribute to the formation of beauty product names that have mixed languages. At the end of the research, the researcher has produced a guideline that can be used as a guide in naming local beauty products, which involved connotation of the name, modesty, aesthetics value, accuracy, density, accuracy and the correct use of grammar.

PENGHARGAAN

Pertama-tamanya ucapan syukur ke hadrat Allah SWT dengan limpah kurnia-Nya penulis telah diberikan semangat dan kekuatan untuk menyempurnakan penulisan tesis ini.

Setinggi-tinggi penghargaan diucapkan dengan tulus hati kepada Penyelia tesis, Dr. Hasnah Mohamad yang telah banyak memberikan semangat dan tunjuk ajar tanpa penat dan lelah bagi menghasilkan sebuah tesis yang berkualiti. Segala komen dan idea bernas yang diberikan sangat menyumbang kepada kesinambungan penyediaan tesis ini. Ucapan terima kasih juga kepada Ahli Jawatankuasa tesis, Dr. Norazlina Haji Mohd Kiram yang telah memberikan bimbingan, idea dan komen untuk memberikan ilmu yang terbaik kepada penulis.

Pada kesempatan ini, penulis ingin merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) yang telah menaja pembelajaran penulis di peringkat sarjana. Penulis akan memanfaatkan segala ilmu yang diperoleh untuk kepentingan organisasi, insya-Allah.

Ucapan terima kasih juga kepada Prof. Dr. Zaharani Ahmad (DBP), Encik Rusli Abd Ghani (DBP), Puan Samsiah Ismail (DBP), Encik Abu Bakar Buyong (DBP), Puan Fatimah Zaharin Mohd Talib (DBP), Puan Noor Zainita Lope Zainal Abidin (INP), Puan Julia Ramli (ZBM Perfect World (M)), Encik Ahmad Rizal Lope Zainal Abidin (RHB Islamic Bank), Puan Noor Rohaniza Lope Zainal Abidin (Affin Bank), Dr. Intan Shafinaz Zainuddin (UKM) dan Dr. Junaini Kasdan (UKM). Selain itu, penghargaan tidak terhingga juga kepada semua pihak yang terlibat dalam penyediaan tesis ini, terutamanya kakitangan akademik, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia dan Dewan Bahasa dan Pustaka yang banyak memberikan ruang, peluang dan kerjasama kepada penulis bagi menjayakan tesis ini.

Akhir sekali, ucapan teristimewa buat keluarga tercinta, Roba'ayah Alang Yit (ibu), Iskandar Dhalan (suami), Luqman Hakim Iskandar (anak), Anis Sabrina Iskandar (anak), Anis Diana Iskandar (anak), Anis Adlina Iskandar (anak), ahli keluarga, Norfairis Mohd. Nasib (rakan karib) dan rakan-rakan yang telah banyak memberikan sokongan dan dorongan yang padu dalam penulisan tesis ini. Doa dan kasih sayang kalian telah mendorong kepada kejayaan pelajar.

Semoga kita semua peroleh keberkatan Allah S.W.T. Terima kasih.



© COPYRIGHT UPM

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

Hasnah Mohamad, Ph.D

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

Norazlina Haji Mohd Kiram, Ph.D

Ketua Jabatan Bahasa Melayu,
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Ahli)

BUJANG BIN KIM HUAT, Ph.D

Profesor dan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa:

- tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- setiap perkataan, 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 dan hak cipta tesis ini adalah hak 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 diperolehi 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 diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: _____ Tarikh: _____ 2015

Nama dan No. Matrik: Nawal Hanim Lope Zainal Abidin. GS33865

Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyeliaan

Dengan ini, diperakukan bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis 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: Hasnah Mohamad, Ph.D

Tandatangan: _____

Nama Ahli Jawatankuasa Penyeliaan: Norazlina Haji Mohd Kiram, Ph.D

SENARAI KANDUNGAN

	Muka Surat
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PENGHARGAAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERAKUAN	vi
SENARAI CARTA	xii
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI RAJAH	xiv
SENARAI SINGKATAN	xv
BAB	
1 PENDAHULUAN	
Latar belakang Kajian	1
Pernyataan Masalah	3
Persoalan Kajian	6
Objektif Kajian	6
Kepentingan Kajian	7
Batasan Kajian	8
Definisi Operasional	9
Rumusan	11
2 SOROTAN KAJIAN	
Pengenalan	13
Sikap	15
Peristilahan	15
Peminjaman Bahasa	17
Semantik	18
Analisis Wacana	20
Perkaitan Sorotan Kajian Dengan Kajian Yang Dijalankan	21
Rumusan	25
3 METODOLOGI KAJIAN	
Pengenalan	27
Kaedah Kajian	27
Analisis Kandungan	28
Kajian Lapangan	29
Instrumen Kajian	30
Borang Soal Selidik	30
Borang Soal Selidik Pengusaha	31
Borang Soal Selidik Pengguna	31
Prosedur Pengumpulan Data	32
Persampelan	32

	Kerangka Teori	33
	Analisis Data	38
	Rumusan	44
4	ANALISIS KAJIAN	
	Pengenalan	45
	Dapatan Kajian	45
	Dapatan Analisis Kandungan	46
	Pengkategorian Bahasa Oleh Pengusaha Produk	53
	Kecantikan Tempatan	
	Kesalahan Dalam Penamaan Produk	57
	Kesalahan Ejaan	57
	Kesalahan Penggunaan Tanda Sempang	61
	Percampuran Bahasa	64
	Percampuran Bahasa (Percampuran BM dengan BI)	64
	Percampuran Bahasa (Percampuran dengan BP)	65
	Percampuran Bahasa (Percampuran dengan BA)	66
	Pengekalan Bentuk Nama Asing	67
	Kesalahan Nahu	68
	Kesalahan Bentuk Unsur Yang Sudah Diserap ke Dalam Bahasa Melayu dan Ejaan Lazim	69
	Dapatan Kajian Lapangan	69
	Faktor Kemahiran Bahasa	73
	Kemahiran Bahasa Pengusaha	73
	Kemahiran Bahasa Pengguna	74
	Faktor Persepsi Bahasa	76
	Penggunaan Bahasa Melayu	77
	Kemampuan Bahasa Melayu	79
	Kesinambungan Bahasa Melayu	80
	Penggunaan Bahasa Asing	83
	Faktor Sikap Bahasa	86
	Sikap Positif Penggunaan Bahasa Melayu	87
	Sikap Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan	89
	Sikap Berdasarkan Pengalaman Pengusaha Dalam Perniagaan	90
	Sikap Berdasarkan Pemahaman Bahasa	92
	Sikap Berdasarkan Sosioekonomi Pengguna	93
	Sikap Negatif Penggunaan Bahasa Melayu	94
	Sikap Pembelian Produk Kecantikan Tempatan	94
	Semangat Nasionalisme Bahasa	97
	Sikap Tidak Ambil Berat	100

Faktor Ekonomi Bahasa	103
Faktor Pengaruh Internet	103
Panduan Penamaan Produk Kecantikan Tempatan	104
Konotasi Pada Nama	106
Kesantunan	106
Nilai Keestetikaan dan Mudah Ujar	106
Tepat, Padat, Ringkas dan Jelas	107
Menarik	107
Nahu Yang Betul	107
Rumusan	108
5 KESIMPULAN DAN CADANGAN	
Pendahuluan	110
Fenomena Pengalaman Lalu	111
Kejituan Perasaan Terhadap Bahasa	112
Pendekatan Teoretis	112
Penyeragaman Istilah	113
Pengistilahan Produk Kecantikan Tempatan oleh Pengusaha	113
Pengistilahan Produk Kecantikan Tempatan Pada Kaca Mata Pengguna	115
Fungsi Bahasa Dalam Iklan	115
Pemantapan Istilah Sedia Ada	116
Kaedah Memanfaatkan Istilah Asing	116
Penyesuaian Imbuan Asing	117
Perekaciptaan	118
Ejaan	118
Cadangan Kajian Selanjutnya	119
Kesimpulan	119
BIBLIOGRAFI	123
LAMPIRAN	
A Surat Kebenaran	128
B Soal Selidik	129
C Laporan Statistik Kandungan PRPM	137
D Salinan Kertas kerja Pembentangan Seminar	138
E Salinan Artikel Bidang Peristilahan	139
F Senarai Nama Produk Kecantikan Tempatan Yang Dikumpul Daripada Majalah Mingguan Wanita (Jan. - Jun 2012)	147
G Kesalahan Ejaan Mengikut Kategori Bahasa	180
H Sikap Dan Persepsi Pengusaha Dan	214

Pengguna:

Dapatan Sikap Pengusaha Berdasarkan Daerah

Dapatan Persepsi Pengusaha Berdasarkan Daerah

Sikap Positif Penggunaan Bahasa Melayu Pada Perspektif Pengusaha

Sikap Positif Penggunaan Bahasa Melayu Pada Perspektif Pengguna

I Senarai Produk Mengikut Negeri

221

BIODATA PELAJAR

230

SENARAI PENERBITAN

231



SENARAI CARTA

Carta		Halaman
1.	Pengkategorian Bahasa yang Digunakan oleh Pengusaha Produk Kecantikan Tempatan	14
2.	Prosedur Analisis Kandungan	29
3.	Kategori Bahasa Dalam Penamaan Produk Kecantikan TempatanA	54
4.	Kesalahan Penamaan Produk: Ejaan	58
5.	Pemilihan Nama Produk Kecantikan Tempatan	78

SENARAI JADUAL

Jadual	Halaman
1. Nama Produk Dalam Pelbagai Bahasa	38
2. Taburan Lokasi Syarikat Kecantikan Tempatan	47
3. Kategori Bahasa Dalam Nama Produk	49
4. Kategori Penggunaan Bahasa	53
5. Kesalahan Ejaan Mengikut Kategori Bahasa	59
6. Contoh Kesalahan Ejaan	60
7. Hukum Ejaan Berdasarkan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Melayu (PUEBM)	62 - 64
8. Pendapat Pengguna	70
9. Lokasi Pengusaha	72
10. Sikap Terhadap Penggunaan dan Pembelian Produk Kecantikan Tempatan Berdasarkan Aliran Pengajian Pengguna	95

SENARAI RAJAH

Rajah		Halaman
1.	Rumusan Teori Frame Semantics (Charles J. Fillmore, 1979)	34
2.	Kerangka Teori Frame Semantics (1979)	36
3.	FE Nama Produk <i>Jerslin Cool 'N' Fresh Powder</i> (BI)	37
4.	FE bagi Nama Produk Sinari <i>Cleansing Gel</i>	39
5.	FE bagi Nama Produk Krim Kuning Langsung	40
6.	Kerangka Konseptual	41
7.	Kerangka Kajian	43
8.	Jumlah Nama Produk Mengikut Bulan	48
9.	FE Nama Produk <i>Aura Lift</i>	49
10.	FE Nama Produk Sabun Muka Jongkong Emas	50
11.	FE Nama Produk <i>Reviving Crème Expert</i>	50
12.	FE Nama Produk Jus <i>Al-Falah</i>	51
13.	FE Nama Produk <i>Jelly Gamat</i>	51
14.	FE Nama Produk Jus Perawan	52

SENARAI SINGKATAN

ASEAN	<i>Association of Southeast Asian Nations</i>
BA	Bahasa Arab
BI	Bahasa Inggeris
BM	Bahasa Melayu
BNM	Bank Negara Malaysia
BP	Bahasa Perancis
DBP	Dewan Bahasa dan Pustaka
dIm.	Dalam
FDA	<u><i>Food and Drug Administration</i></u>
FE	<i>Frame Elements</i>
FS	<i>Frame Semantics</i>
GLC	<i>Government Linked Company</i>
hIm.	Halaman
IPT	Institusi Pengajian Tinggi
IPTA	Institusi Pengajian Tinggi Awam
IPTS	Institusi Pengajian Tinggi Swasta
JKI	Jawatankuasa Istilah
MABBIM	Majlis Bahasa Brunei Darussalam- Indonesia-Malaysia
NASDAQ	<i>National Association of Securities Dealers Automated Quotations</i>
PBT	Pihak Berkuasa Tempatan
PLM	Persatuan Linguistik Malaysia
PRPM	Pusat Rujukan Persuratan Melayu

PUEBM	Pedoman Umum Ejaan Bahasa Melayu
PUPI	Pedoman Umum Pembentukan Istilah Bahasa Melayu
R&D	<i>Research and Development</i>
SIRIM	Institut Piawaian dan Penyelidikan Perindustrian Malaysia
SPM	Sijil Pelajaran Malaysia
SPSS	<i>Statistical Package of the Social Sciences</i>
SSM	Suruhanjaya Syarikat Malaysia
STAM	Sijil Tinggi Agama Malaysia
STPM	Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia
TR	Teori Relevans
TUP	Teori Umum Peristilahan
US	<i>United States</i>

BAB 1

PENDAHULUAN

Latar Belakang Kajian

Bahasa Melayu (BM) merupakan bahasa yang pernah menjadi *lingua franca* bagi negara Asia Tenggara sejak zaman berzaman dan menjadi bahasa perantaraan di negara ini dengan kedudukannya sebagai bahasa rasmi negara. Secara amnya, BM telah mengalami perubahan yang ketara berikutan perubahan gaya hidup atau sosiobudaya masyarakat Melayu. Menurut Edward Sapir (1948:8) dalam Azhar Salleh (2005) menyatakan bahawa bahasa merupakan suatu alat atau cara yang hanya dimiliki manusia untuk berkomunikasi, menyampaikan idea, emosi dan juga kehendak naluri hati mereka. Bahasa mampu menyampaikan apa yang dinalurikan dalam hati.

YB Timbalan Perdana Menteri, Tan Sri Dato' Haji Muhyiddin Haji Mohd Yassin dalam Majlis Perasmian, "Malaysia International Commodity Conference And Showcase (Miccos) 2011" menyatakan bahawa kerajaan sentiasa menyediakan sokongan kepada industri komoditi bagi meningkatkan produktiviti, kecekapan dan inovasi dalam membangunkan produk bernilai tambah tinggi dan mesra alam. Cabaran globalisasi dan faktor dalam negara memerlukan perancangan strategik yang komprehensif melibatkan kerjasama daripada pelbagai kementerian dan agensi, bagi mengekalkan dan meningkatkan daya saing industri komoditi negara. Seterusnya, kerajaan telah meluluskan Dasar Industri Komoditi Negara 2011 - 2020 bagi meneruskan kecemerlangan dan kemajuan dalam sektor perusahaan perladangan dan komoditi. Dasar ini digubal bagi memperkukuh peranan dan sumbangan industri berkenaan kepada pertumbuhan ekonomi negara. Sehubungan dengan itu, tumpuan dasar tersebut termasuk membentuk jaringan kerjasama

dalam aspek pembangunan dan penyelidikan (R&D) bagi peningkatan produktiviti serta penghasilan produk baharu bernilai tambah tinggi yang memenuhi kehendak pasar.

Akhir-akhir ini, industri kosmetik di Malaysia kian berkembang dan seterusnya mengambil bahagian dalam pasaran global. Gelombang pertama perusahaan perniagaan kecantikan di Malaysia bermula pada awal tahun 90-an. Pada awal tahun 2000, ramai usahawan bidang kecantikan terlibat dalam usaha penghasilan produk kecantikan tempatan dan biasanya berasaskan herba. Produk kecantikan ini biasanya diasosiasikan juga dengan produk kesihatan dan juga perkhidmatan seperti perkhidmatan spa,urut, perawatan wajah dan tubuh. Dalam semua produk tersebut sudah pastinya banyak istilah digunakan dalam penamaan produk, jenama, bahan dan segala aktiviti perniagaan yang berkaitan. Rentetan daripada itu, adakah BM digunakan dalam setiap aspek pengeluaran produk keluaran tempatan, khususnya produk kecantikan? Istilah dicipta untuk memudahkan ilmu dalam pelbagai bidang disampaikan kepada seseorang individu (Nawal Hanim, 2005). Kedudukan bahasa Melayu sebagai bahasa rasmi di negara ini, seharusnya diletakkan pada tempat teratas dalam pemberian nama produk kecantikan tempatan. Produk Malaysia yang menjadi kebanggaan negara, tidak sepatutnya dihasilkan dengan wajah dan identiti asing. Sebagai warga Malaysia yang bahasa rasminya ialah BM, tidak wajar sama sekali kita menamakan produk kita dengan nama asing atau dicampuradukkan dengan bahasa asing. Adalah pelik sekiranya produk kita dilihat oleh bangsa lain dengan identiti yang bercelaru. Akta Bahasa Kebangsaan 1963/1967 yang dikenali juga sebagai Akta 32, menyatakan bahawa, "Bahasa kebangsaan hendaklah digunakan bagi maksud rasmi" (Undang-Undang Malaysia, Akta 32). Akta ini menegaskan perihal penggunaan bahasa kebangsaan sebagai bahasa rasmi negara yang seharusnya dipandang serius di negara ini. Sebagai rakyat Malaysia, secara automatiknya kita tertakluk kepada dukungan akta berkenaan dan mentaati penggunaan

bahasa kebangsaan dalam semua aspek. Bertitik-tolak daripada inilah maka, pengkaji berminat untuk mengkaji aspek pemilihan leksikal nama produk. Seterusnya, menimbulkan persoalan adakah identiti BM turut diangkat martabatnya melalui penamaan produk kecantikan tempatan? Jika BM tidak digunakan dalam penamaan produk kecantikan tempatan, maka dengan sendirinya fungsi dan kedaulatan BM akan terpinggir jauh.

Seiring dengan pembangunan negara, masyarakat menjadi semakin kreatif dan inovatif, justeru semakin banyak produk kecantikan berada di pasaran tempatan. Malah, sebahagian besar produk tersebut telahpun berada di pasaran antarabangsa. Aktiviti ini disokong kuat oleh kerajaan melalui Dasar Komoditi Negara yang meliputi teras yang memberi tumpuan terhadap pembangunan produk baharu bernilai tinggi dan memenuhi kehendak pasaran oleh institusi R&D tempatan. Kaitan aktiviti ini dengan bahasa secara tidak langsung ialah produk haruslah membawa identiti negara melalui penamaannya kerana bahasa itu melambangkan bangsa.

Pernyataan Masalah

Disiplin istilah perlu dilihat sebagai disiplin ilmu linguistik sinkronik, iaitu perkembangan linguistik semasa, baik dari segi ortografi, morfologi, mahupun semantik. Fenomena kerancuan bahasa dalam nama produk tempatan menjadi semakin parah, berikutan lambakan produk di pasaran negara ini yang menggunakan bahasa yang bercampur dengan bahasa asing. Produk tempatan tiada bercirikan tempatan dan tidak melambangkan citra bangsa Malaysia. Sylee Riza Arif dalam artikelnya bertajuk, "Bahasa : Citra Produk Tempatan?", dalam Klik WebDBP bertarikh 30 April 2012, menekankan kerancuan bahasa dalam produk tempatan, iaitu tidak mengekalkan ciri budaya dan citra setempat. Salah satu cara untuk mengembalikan citra bangsa adalah

dengan menggunakan BM sebagai bahasa kebangsaan dalam semua produk tempatan. Malangnya, perkara ini tidak diindahkan apabila kebanyakan produk tempatan meminggirkan bahasa kebangsaan dalam slogan produk dan perkhidmatan mereka. Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Kepenggunaan (KPDNK) juga telah melancarkan kempen menggunakan BM pada produk tempatan, namun pengusaha tempatan seakan-akan tidak menghiraukan saranan tersebut.

Azman Hj. Ayup (2011) dalam artikelnya menyatakan bahawa Timbalan Perdana Menteri Malaysia, YAB Tan Sri Muhyiddin Yassin menyarankan supaya syarikat yang berkaitan dengan kerajaan GLC mempelopori usaha menyokong agenda nasional untuk memartabatkan bahasa kebangsaan dalam bidang yang berkaitan dengan perbankan, perdagangan, kewangan, perniagaan, pembuatan dan lain-lain perkhidmatan. Kita patut mencontohi negara maju seperti Jepun, Korea dan Perancis yang mengekalkan penggunaan bahasa ibunda dalam semua aspek di negara mereka. Pemindahan teknologi tetap dapat dilaksanakan dengan menterjemahkan teknologi dalam bahasa asing ke dalam bahasa ibunda, yang sudah tentu lebih dekat di hati rakyat negara ini.

Kamal Shukri Abdullah Sani (7 Oktober 2010) dalam Berita Harian *Online*, memaparkan tentang tinjauan yang dilakukan Persatuan Linguistik Malaysia (PLM) mendapati penggunaan bahasa kebangsaan di beberapa sektor swasta, seperti syarikat yang berkaitan dengan penerbangan, pelancongan, pengangkutan, kurier, perhotelan, insurans, industri dan jualan kenderaan, industri perumahan dan hartanah masih belum memuaskan. Penamaan taman perumahan, terutamanya yang sedikit elit, nama jalan, kompleks mega, jenama produk dan perkhidmatan, tidak menggambarkan langsung jati diri negara ini. DBP turut menganjurkan anugerah Hadiah Bahasa Sektor Perbankan Konvensional dan Islam di negara ini bagi melihat, memantau dan menegur

perihal yang berkaitan dengan penggunaan bahasa Melayu (BM) di sektor perbankan (Nawal Hanim, 2011). Kebanyakan bank tempatan tidak menggunakan BM sepenuhnya dalam laman sesawang, laporan tahunan, slip bank, mesin juruwang automatik dan sebagainya. BM diletakkan pada peringkat kedua atau ketiga selepas BI dan bahasa Cina. Adakah faktor perniagaan atau sikap yang menyebabkan fenomena ini berlaku? Laporan Sektor Perbankan Perdagangan 2011 menyatakan bahawa secara keseluruhannya, semua bank perdagangan telah menggunakan BM, cuma kedudukan dalam susunan sahaja yang membezakan kecintaan mereka terhadap bahasa kebangsaan. Usaha untuk memartabatkan BM dalam sektor perbankan konvensional masih belum mencapai tahap yang membanggakan, meskipun terdapat usaha ke arah itu. Melangkah ke hadapan, pemantauan yang lebih tersusun perlu dilakukan agar sektor perbankan dapat menjadi peneraju dalam memartabatkan BM, terutamanya pada peringkat sektor swasta. Sehubungan dengan itu, Bank Negara Malaysia (BNM) perlu bersedia menjalankan gesaan secara halus dan istiqamah terhadap bank perdagangan supaya menggunakan BM dalam semua urusan perbankan.

Hal ini mendorong kepada perlunya kajian ini dilakukan bagi melihat isu tersebut dengan lebih serius. Diharap, kajian ini dapat melihat pola pemilihan leksikal dalam penamaan produk kecantikan tempatan yang kini menjadi industri yang semakin meningkat naik di negara kita. Daripada pola pembentukan nama produk ini nanti, diharap dapat membantu badan berwibawa seperti DBP, mahupun badan-badan lain untuk menguatkuasakan nama yang difikirkan sesuai dengan kehendak komersial, namun tidak menyimpang daripada hukum tatabahasa dan tradisi Melayu.

Persoalan Kajian

Berdasarkan tujuan kajian, berikut merupakan persoalan kajian yang akan dijawab pada akhir kajian:

- i. Sejauh manakah BM digunakan dalam penamaan produk kecantikan tempatan?
- ii. Apakah faktor yang mempengaruhi pemilihan leksikal nama produk kecantikan tempatan?
- iii. Apakah bentuk dokumen yang akan dihasilkan sebagai panduan pengusaha semasa membuat penamaan produk kecantikan tempatan?

Persoalan di atas sangat berkait rapat dengan tajuk kajian dan merupakan perkara yang akan diperjelas dan dijawab dengan tuntas pada akhir kajian ini dilakukan. Semua persoalan ini tidak lain dan tidak bukan adalah untuk mengembalikan rasa cinta dan bangga akan bahasa Melayu sebagai bahasa kebangsaan.

Objektif Kajian

Objektif kajian dapat digariskan seperti yang berikut:

- i. Mencerakinkan senarai nama produk kecantikan tempatan mengikut kategori bahasa yang digunakan.
- ii. Menilai faktor yang mempengaruhi pengusaha produk kecantikan tempatan memilih nama produk dengan berpandukan Teori *Frame Semantics* (Charles J. Fillmore, 1979).
- iii. Mewujudkan panduan penamaan produk kecantikan tempatan.

Kepentingan Kajian

Hasil kajian ini dijangka dapat memberikan pendekatan, panduan dan maklumat baharu kepada individu, khususnya yang terlibat dalam pemilihan leksikal nama produk kecantikan keluaran tempatan dan umumnya kepada masyarakat, baik pengusaha produk lain, pelajar Institusi Pengajian Tinggi (IPT), pensyarah Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) dan Institusi Pengajian Tinggi Swasta (IPTS), guru sekolah dan maktab, para pemimpin, dan semua peminat bahasa. Setakat ini, belum terdapat kajian yang dibuat secara sistematik dan teratur tentang penamaan produk tersebut. Selanjutnya, hasil kajian ini bukan sahaja dapat memberikan pengetahuan dan menjadi panduan dalam penamaan produk kecantikan tempatan, malah dapat menyedarkan masyarakat peri pentingnya mengambil kira tentang aspek bahasa sebagai identiti bangsa dan negara. Seterusnya, konsep dan prinsip yang dikemukakan pula dapat dijadikan asas kepada penyelidikan akan datang oleh para penyelidik dalam bidang yang berkaitan. Selain itu, pembinaan kriteria untuk rujukan pengusaha patut diikuti dalam pembentukan nama produk supaya nama yang dihasilkan lebih beridentitikan citra tempatan.

Pada akhir kajian, pengkaji akan menghasilkan sebuah Panduan Penamaan Produk Kecantikan yang diharap dapat membantu DBP dan juga badan lain seperti Suruhanjaya Syarikat Malaysia (SSM) dan juga Institut Piawaian dan Penyelidikan Perindustrian Malaysia (SIRIM) sebagai bahan rujukan kepada pengguna atau pengusaha bidang ini dan juga bidang lain yang berkaitan. Hasil dapatan kajian juga akan diterbitkan dalam Jurnal Bahasa keluaran DBP sebagai bahan rujukan umum.

Kajian ini akan dilakukan bagi menampung kekurangan kajian lalu yang berkaitan dengan penyerapan leksikal asing khusus untuk produk kecantikan tempatan. Kajian ini juga akan menganalisis penggunaan bahasa majalah Mingguan Wanita bulan Januari hingga Jun 2012. Penghasilan satu set kriteria sebagai panduan penamaan produk kecantikan tempatan sebagai bahan rujukan pengusaha produk kecantikan tempatan akan dihasilkan.

Kajian ini berpotensi memupuk semangat untuk menggunakan bahasa kebangsaan dalam penamaan produk kecantikan tempatan dengan pewujudan Panduan Penamaan Produk Kecantikan tempatan yang tuntas.

Batasan Kajian

Sampel kajian terdiri daripada pengusaha produk kecantikan tempatan dari Kuala Lumpur, Kedah, Perak dan Selangor, manakala sampel dalam kalangan pengguna pula diambil dari Kuala Lumpur dan Selangor. Bilangan data sekunder sampel kajian diperoleh daripada terbitan bercetak, iaitu Majalah Mingguan Wanita (Januari hingga Jun 2012). Pengkaji memilih majalah tersebut berikutan lambakan iklan produk kecantikan tempatan dimuatkan dalam setiap keluaran majalah ini berbanding majalah lain. Pengkaji menghadkan sampel kepada 300 data yang dikumpul daripada 24 keluaran

majalah Mingguan Wanita dalam tempoh enam bulan (Januari hingga Jun 2012). Setiap sampel dipilih secara rawak dari setiap keluaran dengan kadar purata sebanyak 12 hingga 13 sampel bagi setiap keluaran. Kajian ini meneroka pembentukan nama produk kecantikan wanita mengikut bahasa tertentu dan peranan pengusaha dan/atau masyarakat terhadap pembentukan nama produk.

Definisi Operasional

Setiap istilah atau kata umum yang diungkapkan, diuraikan maknanya dengan jelas bagi memastikan pemahaman yang telus terhadap sesuatu istilah atau kata umum yang diungkapkan dalam kajian ini yang mengupas tentang aspek penamaan produk kecantikan wanita.

Produk Kecantikan Wanita

Kamus Dewan Edisi Keempat (2005:1232) mendefinisikan produk sebagai sesuatu (barang, perkhidmatan dan sebagainya) yang dikeluarkan oleh kilang, atau ditawarkan oleh institusi dan sebagainya. Bidang kecantikan pula diuraikan oleh *Kamus Dewan Edisi Keempat* (2005:245), iaitu perihal cantik, keelokan (rupa muka, benda, dan lain-lain). Kecantikan terangkum sebahagian daripada estetika, sosiologi, psikologi sosial dan budaya. Dalam tafsiran entiti tertentu, kecantikan meliputi keseimbangan dan keharmonian dengan alam semula jadi, yang boleh menjurus kepada tarikan perasaan dan kesejahteraan emosi. Dalam konteks Kajian Pengistilahan Produk Kecantikan Wanita, produk kecantikan wanita merujuk kepada produk yang digunakan wanita bagi menggalakkan penampilan rupa diri atau anggota tubuh supaya kelihatan cantik.

Dalam kajian ini, produk kecantikan wanita turut digunakan oleh kaum lelaki. Oleh yang demikian, pandangan daripada kaum lelaki turut diambil kira dalam mensintesis hasil dapatan kajian.

Pengistilahan

Kajian ini menjurus kepada pengamatan proses pemberian nama atau pengistilahan produk kecantikan wanita tempatan dengan melihat juga aspek yang mempengaruhi pembentukan nama produk. Helmut Felber (1925:3) mendefinisikan istilah sebagai kumpulan istilah, yang mewakili sistem konsep sesuatu bidang subjek individu. Huraian ini merangkumi terbitan dengan sistem konsep sesuatu bidang subjek diwakili oleh istilah. Helmut Felber (1925:3) turut menyatakan bahawa dalam bidang Sains Peristilahan, bidang Peristilahan merupakan bidang pengetahuan antara bidang dan merentasi bidang yang berkaitan dengan konsep dan perwakilannya (istilah, simbol dan lain-lain).

Perkataan pengistilahan merupakan proses menghasilkan atau menggubal sesuatu istilah. Dalam konteks kajian ini, pengistilahan merupakan proses menghasilkan istilah atau nama bagi produk kecantikan tempatan, iaitu dalam ranah bidang kecantikan wanita. Dalam pembentukan istilah, kata atau gabungan kata boleh digunakan bagi menyampaikan makna atau konsep sesuatu istilah. Selain itu, kajian ini juga turut mencungkil faktor yang mempengaruhi pemberian nama berkenaan, sama ada nama yang indah, iaitu baik mutu bahasanya, mahupun nama yang rancu.

Istilah boleh dalam bentuk kata, tetapi bukan semua kata adalah istilah. Istilah merupakan kata yang mempunyai makna dalam bidang ilmu tertentu. *Kamus Dewan Edisi Keempat* (2005:684) memberikan dua definisi kata, iaitu sesuatu

yang diucapkan dan gabungan atau kesatuan bunyi yang mengandung atau menyampaikan makna tertentu.

Asmah Haji Omar (2008:40) menghuraikan leksikal sebagai kata yang boleh ditakrifkan dari segi makna. Kata yang tergolong dalam jenis ini mempunyai makna yang tersendiri dan tidak bergantung kepada kata lain untuk dapat ditakrifkan makna. Oleh yang demikian, pengistilahan dalam kajian ini merupakan proses memilih kata bagi mendukung makna atau konsep produk kecantikan wanita yang dilambangnya.

Proses pengistilahan tidak dapat lari daripada terikat dengan konsep atau makna yang didukung oleh sesuatu istilah yang diwakilinya. Oleh yang demikian, dalam kajian ini penamaan produk kecantikan tempatan perlulah selari dengan konsep produk yang dilambangnya.

Rumusan

Kajian ini merupakan suatu indikator kepada penghayatan, sikap dan persepsi pengusaha dalam pemilihan leksikal nama produk kecantikan tempatan dengan melihat sudut penggunaan bahasa (penggunaan nama dalam BM, percampuran dengan bahasa asing atau penggunaan BM/ bahasa asing sepenuhnya) dan faktor pemilihan leksikal nama produk kecantikan tempatan dengan melihat pola pembentukan nama produk kecantikan tempatan.

Kajian ini menjurus kepada penyenaiaan dan pengkategorian nama produk kecantikan tempatan mengikut kategori bahasa yang digunakan. Penelitian terhadap faktor yang mempengaruhi penamaan produk kecantikan wanita turut dilakukan. Dalam menjalankan kajian ini, teori yang digunakan ialah Teori FS

(Charles J. Fillmore, 1979). Melalui hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan pendekatan, panduan dan maklumat baharu kepada pengusaha produk kecantikan tempatan dalam memberikan nama produk kecantikan.

Pengkaji akan menyediakan senarai panduan penamaan produk kecantikan wanita pada penghujung kajian untuk dijadikan pedoman oleh pengusaha tempatan dalam membuat penamaan produk. Pedoman ini mencakupi aspek yang wajar diikuti dalam proses menamakan produk kecantikan wanita. Seterusnya, dalam bab 2 pengkaji akan memaparkan sorotan kajian lepas yang merangkumi kajian dari dalam dan luar negara yang mempunyai sedikit sebanyak hubung kait dengan kajian yang dijalankan oleh pengkaji.

BIBLIOGRAFI

Ajmal. 2014. (Atas Talian) <http://www.ajmalperfume.com/history.php>. [6 Julai 2014]

Undang-Undang Malaysia (Akta 32). Akta Bahasa Kebangsaan 1963/1967.

Alexander Kravchenko dan Svetlana Boiko. 2013. *Anglicisms in Russian in the Context of the Orientational Function of Language*. Proceedings from *International Symposium on Language and Communication: Exploring Novelities*. Universitesi Izmir, Turki.

American Psychological Association. 2001. *Publication Manual of the American Psychological Association*. (Fifth ed.). Washington DC: American Psychological Association.

Amira Razlan. 2013. Perbandingan Pentafsiran Leksikal Haiwan Dalam Peribahasa Melayu dengan Peribahasa Cina dan Tamil, Tesis Sarjana, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia.

Asmah Haji Omar. 1988. Siri Pedoman Bahasa: Bahasa Iklan Perniagaan (Satu Kajian Retorik). Dewan Bahasa dan Pustaka. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Asmah Haji Omar. 2008. *Nahu Kemas Kini*. Selangor: PTS Profesional.

Azhar Salleh. 13 September 2005. Linguistik Tulen: Suatu Pengenalan. (Atas Talian). <http://witra.blogspot.com/2005/09/linguistik-tulen-suatu-pengenalan.html> - Edward Sapir (1948:8). [20 September 2012].

Azman Hj. Ayup. 21 Oktober 2011. Majlis Pelancaran Bulan Bahasa Kebangsaan 2011. (Atas Talian). <http://azmanhjayup22.blogspot.com/2011/10/majlis-pelancaran-bulan-bahasa.html> [21 Oktober 2011]

BERBAMA. 14 Oktober 2014. "Industri Kecantikan Berkembang Maju". *Berita Harian Online*. (Atas Talian) <http://www.bharian.com.my/node/11743> [20 November 2014]

- Charles J. Fillmore, C. J. 1982. *Frame Semantics. In Linguistics in the Morning Calm. (Eds.) The Linguistics Society of Korea*. Seoul: Hanshin Publishing Co.
- Charles J. Fillmore, Daniel Kempler & William S.Y. Wang. 1979. *Individual Differences in Language Ability and Language Behavior* (hlm. 87 – 89). New York, San Francisco, London: Academic Press.
- Citra Dewan Bahasa dan Pustaka*. 2003. Dewan Bahasa dan Pustaka. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Dari Jendela Tok Ki. 19 November 2013. “Memartabat Bahasa Melayu dan Memperkasa Bahasa Inggeris - Jawapan Terbaik”. Utusan Online. http://www.utusan.com.my/utusan/Rencana/20131119/re_02/Memartabat-Bahasa-Melayu-dan-Memperkasa-Bahasa-Inggeris---jawapan-terbaik [2 Februari 2014].
- FrameNet*. (2000 - 2012) (Atas Talian). <https://framenet.icsi.berkeley.edu/fndrupal/> [2 Februari 2014].
- Halimah Haji Ahmad. 1994. Penggunaan Istilah Pengurusan Organisasi: Satu Kajian Sikap, Tesis Sarjana, Fakulti Bahasa dan Linguistik, Universiti Malaya.
- Hasnah Mohamad. 2008. Kajian Takrif Istilah Mengikut Perspektif Pengguna: Penerapan Teori Umum Peristilahan (TUP) dan Teori Relevans (TR), Tesis PhD, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Helmut Felber. 1925. *Terminology Manual (Panduan Peristilahan)*. (Zahrah Abd. Ghafur dan Salamiah Mat Sah, Trans.). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Henry Assael (1987). *Consumer Behavior and Marketing Action*. (Third ed.). Boston, Massachusetts: PWS-Kent Publishing Company.
- How Arabic Has Influenced Other World Languages. (Atas Talian) <http://cardkiwi.com/examples/how-arabic-has-influenced-other-world-languages/> [6 Jun 2014].
- Intan Safinaz Zainudin. 2011. Analisis Makna dan Padanan dalam Kamus Dwibahasa Melayu - Inggeris, Tesis PhD, Fakulti Sains Sosial dan

Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.

- Intan Safinaz Zainudin, Nor Hashimah Jalaluddin dan Imran Ho Abdullah. "Meaning of Malay-English Dictionary: An Application of Frame Semantics and the FrameNet". *Jurnal: Kajian Malaysia* Vol. 32: (1)131-149 (2014). (Atas Talian).
http://www.academia.edu/11450844/MEANING_IN_MALAY-ENGLISH_DICTIONARIES_AN_APPLICATION_OF_FRAME_SEMANTICS_AND_THE_FRAMENET. [21 Jan 2015].
- Ismail Dahaman. 1998. "Bahasa Melayu dan Pemeraksaannya: Dasar Bahasa dan Strategi Pelaksanaannya". *Jurnal Dewan Bahasa* (Julai 1998). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Jim-Zam. 31 Mac 2013. "Analisis Data, Penelitian, Teknik Analisis Data". (Atas Talian) <http://www.jim-zam.com/model-model-teknik-analisis-data-Penelitian-kualitatif/> [21 Januari 2014].
- Joanne Walker. 2012. Influence of French on Other Language. *Journal: "Language Tutoring"*. (Atas Talian) <http://www.languagetutoring.co.uk/influenceoffrenchonotherlanguages.html> [6 Jun 2014].
- Julia Henry. 2004. Pengiklanan Barangan Kecantikan: Satu Analisis Wacana Kritis, Tesis Sarjana, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Junaini Kasdan. 2007. Kajian Perbezaan Tahap Ketelusan Morfosemantik Antara Istilah Teknologi Maklumat Malaysia dengan Indonesia dalam MABBIM, Tesis Sarjana, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Kamal Shukri Abdullah Sani, Presiden PLM. 7 Oktober 2010. "Bahasa Kebangsaan Belum Dilestari". *Berita Harian Online*. (Atas Talian) <http://www.bharian.com.my/bharian/articles/BahasaKebangsaanbelumdilestari/Article/> [10 Mei 2014].
- Kamus Dewan Edisi Keempat*. 2005. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk. 1997. *Consumer Behavior*. (Sixth ed.). New York: Prentice Hall International, Inc.

- Majalah Mingguan Wanita. Januari - Jun 2013. Kuala Lumpur: Kumpulan Media Karangkraf.
- Majlis Jawatankuasa Tetap Bahasa Melayu*. 2004. *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Melayu*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Majlis Jawatankuasa Tetap Bahasa Melayu*. 2004. *Pedoman Umum Pembentukan Istilah*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Nawal Hanim Lope Zainal Abidin. 2005. "Peristilahan Bahasa Melayu". *Pelita Bahasa*. Jun 34 - 35.
- Nawal Hanim Lope Zainal Abidin. 2006. "Istilah dan Kategorinya". *Pelita Bahasa*. Februari 36 - 37.
- Nawal Hanim Lope Zainal Abidin. 2007. "MABBIM: Idealisme Perjuangan Bahasa Melayu Serantau". *Dewan Bahasa*. April 48 - 49.
- Nawal Hanim Lope Zainal Abidin. 2011. *Hadiah Bahasa - Laporan Sektor Perbankan Perdagangan 2011*, Dewan Bahasa dan Pustaka: Kuala Lumpur.
- Nik Safiah Karim.1986 dlm. Julia Henry. 2004. Pengiklanan Barangan Kecantikan: Satu Analisis Wacana Kritis, Tesis Sarjana, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Nor Hashimah Jalaluddin. 27 - 29 Jun 2000. "Semantik, Pragmatik dan Leksikografi". Bengkel Leksikografi 1. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Perutusan_Tan Sri Dato' Haji Muhyiddin Hj. Mohd Yassin dalam Majlis Perasmian *Malaysia International Commodity Conference And Showcase (MICCOS) 2011*. 29 Oktober 2011. (Atas Talian) <http://www.kppk.gov.my/index.php/ms/2012-10-31-06-45-41/speeches/year-2011/181-majlis-perasmian-malaysia-international-commodity-conference.html> [20 Ogos 2012].
- Pusat Rujukan dan Persuratan Melayu. (Atas Talian) <http://www.prpm.dbp.gov.my> [10 Ogos 2014].
- Puteri Roslina Abdul Wahid. 2007. *Menelusuri Peristilahan Bahasa Melayu*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.

- Robert Menand. 2003. *Taxi (Méthode de Français 2)*. Paris, Perancis: Hachette Livre.
- Rusmadi Baharudin, Nor Hashimah Jalaluddin & Imran Ho Abdullah. 2013. "Sumbangan FrameNet kepada Leksikografi Korpus: Kajian Kes Penyelidikan Makna Kata Kerja Melihat". *GEMA Online™ Journal of Language Studies* 61 Volume 13 (1), February 2013 ISSN: 1675-8021.
- Rusmadi Baharudin. 2003. Pengendalian Polisemi Kata Kerja Unggulan Di Dalam Kamus Bahasa Melayu: Satu Pendekatan Linguistik Kognitif, Tesis Sarjana, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Sylee Riza Arif. 2012. "Bahasa Rojak: Citra Produk Tempatan". Klik WebDBP. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Tatiana V. Tarasenko. 2013. *Semantic Situation as the Subject of Analysis*. Proceedings from *International Symposium on Language and Communication: Exploring Novelities*. Universitesi Izmir, Turki.
- Walter F. Vella. 1973. *Aspects of Vietnamese History*. Hawaii: The University Press of Hawaii.
- Wikipedia Online Dictionary. 2014. (Atas Talian) <http://en.wikipedia.org/wiki/Nasdaq>. [7 Julai 2014].
- Zaharuddin Abdul Rahman. 1987 dlm. Julia Henry. 2004. Pengiklanan Barangan Kecantikan: Satu Analisis Wacana Kritis, Tesis Sarjana, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Zubaidi Abas. 1997. Analisis Kesepadanan Istilah - Takrif Dalam Bahasa Melayu Bidang Industri Petroleum, Tesis Sarjana, Fakulti Bahasa dan Linguistik, Universiti Malaya.