

## **Retorik dalam risalah iklan makanan segera di Seksyen 7, Shah Alam, Selangor**

### **ABSTRAK**

Risalah perniagaan termasuklah iklan makanan di restoran segera yang dicetak dan diedarkan mempunyai retorik untuk memastikan makanan yang dijual dapat bersaing dan diminati oleh pelanggan. Kebiasaannya, risalah digunakan untuk melariskan dan mempromosikan barangan atau perkhidmatan yang dapat menembusi pasaran dan mendapat sokongan peminat. Dalam artikel ini, terdapat 20 kaedah retorik yang diperkenalkan oleh Asmah Haji Omar (...) iaitu kaedah pernyataan, kaedah perkaitan konsep, kaedah perisytiharan, kaedah umpan, kaedah pemesraan, kaedah kenal pasti, kaedah peyakinan, kaedah perbandingan, kaedah doa, kaedah ulasan, kaedah pertanyaan, kaedah peringatan, kaedah suruhan, kaedah silaan atau pelawaan, kaedah gesaan, kaedah larangan, kaedah kealatan, kaedah nasihat, kaedah ajakan dan kaedah latar. Semua kaedah retorik ini diterapkan dalam kajian ini dan membuktikan setiap restoran makanan segera menggunakan retorik yang tertentu di dalam risalah iklan mereka. Hal ini menunjukkan bahawa retorik yang berkesan dan menarik digunakan dan diperlukan dalam pelbagai urusan termasuklah dalam perniagaan.

**Kata kunci:** Retorik; Risalah makanan segera; Kaedah