UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

NILAI MURNI DALAM IKLAN TELEVISYEN: SATU TINJAUAN BERDASARKAN TEORI RELEVANS

ZUHANA AMATOL AKRMA BINTI HAPIPI

DISERTASI DIKEMUKAKAN BAGI MEMENUHI SYARAT UNTUK MEMPEROLEH IJAZAH SARJANA PENDIDIKAN BAHASA MELAYU (MOD PENYELIDIKAN DAN KERJA KURSUS)

FAKULTI BAHASA DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2014

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

ABSTRAK

Kajian ini dilakukan bagi meneliti iklan-iklan televisyen terbitan Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan yang kini dikenali sebagai Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM), mengenal pasti iklan-iklan televisyen yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994) dan menghuraikan makna nilai murni berdasarkan Teori Relevans (TR). Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dengan menganalisis kandungan terhadap iklan televisyen dari tahun 2009 hingga 2012. Dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat 45 iklan televisyen yang telah diterbitkan. Daripada 45 iklan tersebut, terdapat 10 iklan yang menerapkan 10 nilai murni daripada 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) sebagai panduan kepada guru dalam pengajaran dan pembelajaran (P&P) bahasa Melayu. Didapati bahawa kebanyakan iklan menyampaikan makna nilai murni dengan jelas dan relevan. Pengaplikasian TR berjaya merungkai ujaran eksplikatur dan implikatur dengan melihat kepada aspek konteks, kesan konteks dan usaha memproses. Diharapkan pendedahan iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni dapat diaplikasi dalam P&P, seterusnya guru dapat memupuk amalan nilai murni dalam kalangan pelajar serta membantu memahami makna mesej yang disampaikan dalam iklan televisyen secara mudah dan jelas.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

MORAL VALUES IN TELEVISION ADVERTISING:A SURVEY BASED ON RELEVANCE THEORY

ABSTRACT

This study was conducted to examine television commercials produced by the Ministry of Information, Communication and Culture which is now known as Ministry of Communications and Multimedia Malaysia that contain moral values, to identify the values based on the 16 moral values presented by the Ministry of Education (MOE) (1994), and to describe the meaning of moral values based Relevance Theory (TR). This study used qualitative methods to analyze the content of television commercials from 2009 to 2012. The results showed that 45 television advertisements were produced. The findings also showed that there were 10 television commercials containing 10 moral values out of 16 moral values submitted by the Ministry of Education (1994) as a guide for teachers in the teaching and learning process of the Malay language. It was found that most of the advertisements conveyed clear and relevant meanings and values. The application of TR has successfully elaborated implicative and explicative utterances by looking at aspects of the context, impacts of the context and the processing efforts. It is hoped that exposures to the television advertisements containing moral values produced by the Ministry of Information, Communication and Culture can be applied in the teaching and learning process. Consequently, teachers will be able to inculcate moral values among students and help them understand the meaning of the messages conveyed in television advertisements easily and clearly.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

KANDUNGAN

Muka Surat

PENGAKUAN		ii
PENGHARGAAN		iii
ABSTRAK		iv
ABSTRACT		v
KANDUNGAN		vi
SENARAI JADUAL		vii
SENARAI RAJAH		viii
SENARAI SINGKATAN/ISTILAH		ix
BAB 1	**PENDAHULUAN**	
	1.0 Pengenalan	1
	1.1 Latar Belakang Kajian	4
	1.2 Masalah Kajian	11
	1.3 Soalan Kajian	28
	1.4 Objektif kajian	29
	1.5 Kepentingan Kajian	29

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

1.6 Batasan Kajian 31

1.7 Definisi Operasional 34

1.7.1 Nilai Murni 35

1.7.2 Iklan 37

1.7.3 Makna 38

1.7.4 Teori Relevans 38

1.7.5 Eksplikatur 39

1.7.6 Implikatur 40

1.8 Kesimpulan 40

BAB 2 TINJAUAN LITERATUR

2.0 Pengenalan 42

2.1 Kajian-Kajian Berkaitan 43

2.1.1 Nilai Murni 44

a) Pengamalan dan Penghayatan 44

b) Strategi dan Pendekatan 50

c) Analisis Kandungan 61

2.1.2 Iklan 76

a) Perseptif Iklan 76

b) Strategi dan Format 80

c) Analisis Kandungan 82

2.2 16 Nilai Murni Kementerian

Pelajaran Malaysia (KPM) (1994) 88

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

2.3 Teori Berkaitan 92
2.3.1 Teori Relevans 93
2.4 Kerangka Teori 100
2.5 Kerangka Konseptual 102
2.6 Kesimpulan 103

BAB 3 METODOLOGI KAJIAN

3.0 Pengenalan 105
3.1 Reka Bentuk Kajian 106
3.2 Persampelan Kajian 110
3.3 Instrumen Kajian 114
3.4 Kaedah Pengumpulan Data 123
3.5 Kaedah Penganalisisan Data 124
3.6 Kesimpulan 130

BAB 4 DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

4.0 Pengenalan 132
4.1 Iklan Televisyen Terbitan Kementerian Komunikasi Multimedia Malaysia (KKMM) 134
4.2 Nilai Murni Dalam 10 Iklan Televisyen Terbitan KKMM 139
4.2.1 Baik Hati 140
4.2.2 Hemah Tinggi 141

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

	4.2.3	Hormat-menghormati	148
	4.2.4	Kasih Sayang	152
	4.2.5	Kejujuran	153
	4.2.6	Kerajinan	156
	4.2.7	Kerjasama	158
	4.2.8	Kesyukuran	162
	4.2.9	Rasional	164
	4.2.10	Semangat Bermasyarakat	166
	4.2.11	Tolong-menolong	171
4.3	Makna Nilai Murni Berdasarkan Teori Relevans		176
	4.3.1	Iklan Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon (TI1)	177
	4.3.2	Iklan Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Dalam LRT (TI2)	188
	4.3.3	Iklan Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita (TI3)	194
	4.3.4	Iklan Budi Bahasa Budaya Kita (TI4)	206
	4.3.5	Iklan Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua (TI5)	210
	4.3.6	Iklan Kurangkan Manis Dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman (TI6)	216

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

4.3.7 Iklan Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Meletak Kenderaan (TI7) 220

4.3.8 Iklan Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Tua Melintas Jalan Raya (TI8) 225

4.3.9 Iklan Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran (TI9) 231

4.3.10 Iklan Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih:Sama-Sama (TI10) 234

4.4 Perbincangan Dapatan Kajian 241

4.4.1 Iklan Televisyen Terbitan KKMM 241

4.4.2 Nilai Murni dalam 10 IklanTerbitan KKMM 243

4.4.3 Makna Nilai Murni Berdasarkan Teori Relevans 251

4.5 Kesimpulan 256

BAB 5 KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.0 Pengenalan 259

5.1 Kesimpulan 262

5.2 Cadangan 264

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

5.3 Kajian Lanjutan 264

5.4 Rumusan 266

RUJUKAN 273

LAMPIRAN 287

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

SENARAI JADUAL

Jadual		muka surat
Jadual 1.1	Penerbitan filem iklan buatan Malaysia (MIM)	9
Jadual 3.1	Koding 10 iklan televisyen terbitan KKMM	119
Jadual 4.1	Iklan televisyen terbitan KKMM	134
Jadual 4.2	Nilai murni dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM	244
Jadual 4.3	Makna nilai murni berdasarkan Teori Relevans	251

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

SENARAI RAJAH

Rajah		muka surat
Rajah 2.1	Prinsip utama Teori Relevans	100
Rajah 2.2	Kerangka konseptual	102
Rajah 3.1	Analisis kualitatif seperti satu pekeliling proses (Dey. 1993)	117
Rajah 4.1	Graf palang 10 iklan televisyen terbitan KKMM	245
Rajah 4.2	Carta pai nilai murni dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM	248

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

SENARAI SINGKATAN

FINAS	Perbadanan Kemajuan Filem Nasional Malaysia
JASA	Jabatan Hal Ehwal Khas
KBSM	Kurikulum Bersepadu Sekolah Menengah
KBSR	Kurikulum Bersepadu Sekolah Rendah
KEKWA	Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Warisan
KKMM	Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia
KPKK	Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan
KPM	Kementerian Pendidikan Malaysia
KOMSAS	Komponen Sastera
OKU	Orang Kurang Upaya
P&P	Pengajaran dan Pembelajaran
PNM	Perpustakaan Negara Malaysia
RTM	Radio Televisyen Malaysia
TR	Teori Relevans

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

BAB 1

PENDAHULUAN

1.0 Pengenalan

Amalan dan penghayatan nilai murni adalah penting bagi negara yang berbilang kaum seperti Malaysia. Nilai murni mewujudkan rasa sentimen positif yang diperlukan untuk kehidupan masyarakat majmuk yang aman dan harmoni. Nilai murni penting bagi melahirkan masyarakat yang bertamadun dan membangun secara holistik. Pembangunan dan kemajuan negara yang seimbang mengambil kira dimensi kestabilan ekonomi, politik dan etika sosial sesebuah masyarakat. Hasrat negara adalah untuk mewujudkan masyarakat Malaysia yang mendukung pemikiran kelas pertama dalam pembangunan modal insan. Ungkapan pantun di

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

bawah sesuai menggambarkan budaya hidup masyarakat Malaysia yang halus akal budi pekertinya.

Tegak rumah kerana sendi;
Runtuh sendi rumah binasa;
Sendi bangsa ialah budi;
Runtuh budi, runtuhlah bangsa.

Sesuai dengan matlamat Rancangan Malaysia Kesepuluh (RMK-10) (2011-2015) yang diperkenalkan oleh YAB Dato' Sri Haji Mohammad Najib bin Tun Haji Abdul Razak, iaitu memupuk, menarik dan mengekalkan modal insan merupakan kesinambungan daripada Rangka Rancangan Malaysia Kesembilan dalam pelancaran Pelan Induk Pembangunan Pendidikan (PIPP) 2006-2010. Penekanan difokuskan kepada melahirkan insan kelas pertama dalam pembangunan modal insan dengan bermatlamat untuk meningkatkan keupayaan dan penguasaan ilmu pengetahuan, memupuk masyarakat berbudaya dan memiliki kekuatan moral. Bagi membentuk modal insan yang berkualiti, pembangunan yang dijana hendaklah ke arah berpegang kepada nilai murni yang tinggi.

Dalam era globalisasi kini, pelbagai pembangunan rancak dilaksanakan dan seharusnya aspek pembangunan nilai murni perlu diselarikan. Amalan dan penghayatan nilai murni amat dititikberatkan dalam masyarakat Malaysia sebagaimana Pelan Integriti Nasional (PIN) dilancarkan dalam memenuhi cabaran Wawasan 2020, iaitu:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

> *"..membentuk sebuah masyarakat yang kukuh ciri-ciri moral dan etikanya dengan para warganya mempunyai nilai keagamaan dan kerohanian yang utuh, dan ditunjangi oleh budi pekerti yang luhur sebagai usaha sokongan untuk melahirkan masyarakat maju yang berintegriti dengan bertunjangkan budi bahasa dan nilai-nilai murni..".*

Ini turut ditegaskan oleh YAB Tun Abdullah Haji Ahmad Badawi pada tahun 2009 seperti berikut:

> *"Untuk membangunkan modal insan, kita perlu memberi ilmu pengetahuan yang secukupnya, kita mahu mendidik mereka menjadi bangsa yang berpekerti mulia, yang mempunyai hemah tinggi, yang berjiwa besar, cintakan negara, dan mereka juga mempunyai kekuatan jasmani dan rohani".*

Islam adalah antara agama yang sangat mementingkan nilai murni seperti mana digambarkan dalam Surah An-Nisa' yang membawa maksud:

> *"Allah tidak suka kepada perkataan-perkataan buruk yang dikatakan dengan berterus-terang (untuk mendedahkan kejahatan orang); kecuali oleh orang yang dianiayakan. Dan (ingatlah) Allah sentiasa Mendengar, lagi Maha Mengetahui"* .
> (Ayat 148 Surah An-Nisa')

Penerapan nilai murni menjadi agenda utama dalam Kurikulum Pendidikan Malaysia (Kementerian Pendidikan Malaysia, 1992; Wan Mohd Zahid, 1993). Penekanan dalam Falsafah Pendidikan Kebangsaan (FPK) terhadap perkembangan diri setiap individu agar seimbang dan harmoni dari segi intelek, rohani, emosi dan jasmani sebagai persediaan untuk menjadikan setiap individu memiliki nilai murni. Kesedaran tentang kepentingan penerapan nilai murni melalui institusi pendidikan digariskan dalam Laporan Jawatankuasa Kabinet:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

> *"Untuk kepentingan pembangunan negara, tenaga rakyat yang diperlukan bukan sahaja dilihat dari segi bilangan, jenis pengetahuan, dan kemahiran yang dimiliki bahkan perlu dilihatnya dari segi nilai dan sikap mereka perlu jujur dan dedikasi terhadap kerja. Mereka bukan sahaja perlu cekap bahkan perlu boleh berfikir dan bertindak dengan baik sama ada secara sendiri mahupun beramai-ramai dengan berpandukan kepada punca-punca akhlak yang mulia. Tegasnya, individu yang dilahirkan dari sistem persekolahan negara perlu sesuai dengan tujuan pembangunan negara".*
>
> (Kementerian Pendidikan Malaysia, 1988)

Prinsip kesopanan dan kesusilaan merupakan prinsip kelima Rukun Negara yang diperkenalkan pada 31 Ogos 1970 bagi menjamin satu cara hidup yang liberal terhadap tradisi-tradisi kebudayaan yang kaya dan pelbagai corak di Malaysia. Prinsip ini merupakan kunci kepada keharmonian dan perpaduan kaum demi kestabilan dan kemajuan pembangunan negara. Oleh yang demikian, peri pentingnya nilai murni diamalkan dalam hidup bermasyarakat di Malaysia.

1.1 Latar Belakang Kajian

Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni dilancarkan pada tahun 2006 dan dijayakan oleh pelbagai kementerian, jabatan dan kerajaan negeri, badan-badan bukan kerajaan (NGO) dan sektor swasta. Kempen ini berjalan selama lima tahun dan diteruskan sehingga kini. Visinya ialah "Budi Bahasa Intisari Jati diri Bangsa Malaysia" dan misi dalam "Melahirkan Masyarakat Malaysia

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Yang Berbudi Bahasa" bagi membudayakan budi bahasa dan amalan nilai murni dalam kehidupan harian masyarakat Malaysia (www.kpkk.gov.my).

Dalam ucapan aluan Datuk Seri Utama Dr. Rais Yatim di Majlis Pelancaran Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni pada tahun 2006, menjelaskan bahawa sasaran kempen tersebut meliputi institusi pendidikan formal yang menunjukkan usaha-usaha membina jati diri bangsa berasaskan budi bahasa dan nilai murni yang diberi perhatian dan penekanan oleh semua golongan masyarakat.

> *"Kempen ini akan memberi tumpuan kepada pemupukan dan penghayatan budi bahasa dan nilai-nilai murni di semua lapisan masyarakat, dari murid hingga ke pensyarah, dari petani hingga ke pegawai daerah".*

Matlamat kempen tersebut untuk mendedah dan menanam pelbagai nilai murni dan budi bahasa, menggalakkan amalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan masyarakat sebagai intisari jati diri peribadi serta perilaku dalam kehidupan seharian. Sepatah kata daripada mantan Perdana Menteri Malaysia, YAB Tun Abdullah Haji Ahmad Badawi sempena dengan pelancaran Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni pada 11 Januari 2005 di Istana Budaya Kuala Lumpur:

> *"Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni ini merupakan agenda penting kerajaan untuk menyemarakkan dan menyemai semula budi bahasa dan nilai-nilai murni ke dalam jiwa setiap rakyat Malaysia. Kempen ini diharap dapat memperkukuh kembali kekuatan peribadi dan jati diri setiap individu. negara akan menjadi agung jika warganya terdiri daripada insan-insan yang mengamal budaya murni. Tidak ada gunanya jika*

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

masyarakat Malaysia kaya dari segi kebendaan tapi muflis dari segi keperibadian".

Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan (KPKK) ditubuhkan pada tahun 2009 yang kini dikenali sebagai Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) bermula Mei 2013 di bawah Menteri YB Dato` Sri Ahmad Shabery Cheek. Kementerian ini dibahagikan kepada tiga sektor utama, iaitu sektor penerangan, komunikasi dan kebudayaan. Jabatan Hal Ehwal Khas (JASA) ditubuhkan di bawah kementerian ini pada tahun 2000 dengan tujuan untuk mendidik dan menerapkan nilai murni dalam kalangan masyarakat pelbagai kaum bagi memahami dan menghayati semangat kesetiaan dan cintakan negara (www.kpkk.gov.my). Sementara, Perbadanan Kemajuan Filem Nasional Malaysia (FINAS) diletakkan di bawah portfolio kementerian ini yang bertanggungjawab dalam menerbitkan iklan televisyen yang memaparkan pelbagai nilai murni kepada masyarakat.

KKMM sering mengadakan aktiviti-aktiviti seperti makan sekeluarga, menghormati ibu dan bapa, meraikan Hari Ibu dan Hari Bapa, Pelajar Berbudi Bahasa (Pembelajaran), Kembara Budi Bahasa, Anugerah Asrama Terbilang dan Kem Jati diri Berbudi Bahasa (Kemasyarakatan), Minggu Budi Bahasa, Kenali Jiran Anda dan Kempen Pemanduan Bersopan. Selain itu, KKMM mengadakan aktiviti seperti Kempen Senyum dan Terima Kasih (Perkhidmatan) dan Kempen 'Kenali Saya' bagi anggota penguatkuasaan dan perkhidmatan kaunter dijalankan supaya mengamalkan budaya senyum, memperkenalkan diri

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

dan mengucapkan terima kasih. KKMM juga mengadakan Kempen 'Cintai Alam Sekitar, Flora dan Founa', mengadakan aktiviti seperti gotong-royong, 'Sungaiku Bersih Alamku Permai', 'Tandas Bersih', 'Kampung Indah Masyarakat Ceria' serta 'Anugerah Bandar Berbudi Bahasa'. Kesemua aktiviti yang dijalankan bertujuan memupuk amalan nilai murni dalam kalangan masyarakat Malaysia (www.kpkk.gov.my).

Selaras dengan pelancaran Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni pada tahun 2006, tindakan seterusnya adalah wajar diperkukuhkan dengan pemupukan nilai murni menerusi iklan televisyen yang sedang giat dilakukan oleh KKMM. Ini adalah antara usaha untuk mengurangkan kemerosotan nilai murni dan gejala sosial dalam kalangan masyarakat Malaysia. Dalam kajian ini, pengkaji meneliti iklan-iklan televisyen yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994). Iklan yang difokuskan adalah iklan televisyen terbitan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) di bawah Perbadanan Kemajuan Filem Nasional Malaysia (FINAS).

Periklanan merupakan sebahagian daripada proses pembentukan budaya dan nilai dalam komuniti masyarakat masa kini. Industri periklanan di Malaysia pada hari ini memberi sumbangan dan impak yang besar kepada ekonomi negara dengan membawa pengaruh positif dan negatif kepada nilai dan budaya tempatan melalui imej dan mesej yang dipaparkan. Hampir setiap hari kita

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

berdepan dengan pelbagai jenis iklan yang bertujuan untuk mempromosi, memperkenalkan dan meningkatkan jualan serta menyampaikan pelbagai sumber maklumat kepada masyarakat.

Dalam hal ini, media massa khususnya televisyen, merupakan alat komunikasi unggul dan amat berpengaruh dalam pembinaan sikap, pemikiran dan kebudayaan masyarakat. Saban hari, penonton televisyen meningkat bilangannya dengan lebih daripada 30 rangkaian televisyen diwujudkan demi memenuhi tuntutan 22 juta penduduk Malaysia. Iklan televisyen adalah sebuah rancangan televisyen yang dibuat dan dibayar oleh sesebuah organisasi bagi menyampaikan mesej untuk memperkenalkan dan memasarkan produk atau perkhidmatan.

Di Malaysia, kebanyakan stesen televisyen kini banyak menyiarkan pelbagai jenis iklan kepada masyarakat. Kebanyakan iklan yang disiarkan pada masa kini adalah berbentuk iklan pendek dengan jangka masa selama beberapa saat sehingga beberapa minit. Pengiklanan jenis ini digunakan bagi mempromosi dan mengiklankan pelbagai produk, perkhidmatan dan idea serta menyampaikan maklumat kepada masyarakat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Jadual 1.1

Penerbitan filem iklan buatan Malaysia (MIM) tahun 2006 - tahun 2012

TAHUN	BIL. (MIM)	KOS PENERBITAN (RM/juta)	BIL. PENERBIT
2006	1,547	84.52	103
2007	1,677	73.86	114
2008	1,558	96.99	124
2009	1,723	67.18	117
2010	1,801	64.67	144
2011	1,905	111.412	152
2012	1,671	151.171	577

Nota. BIL= Bilangan; RM= Ringgit Malaysia. Sumber: www.kpkk.gov.my

Jadual 1.1 memperlihatkan peningkatan bilangan Penerbitan Filem Iklan Buatan Malaysia (MIM) sejak tahun 2006 sehingga tahun 2012 oleh pihak FINAS. Secara keseluruhannya, terdapat sejumlah 577 bilangan Penerbitan Filem Iklan Buatan Malaysia (MIM) dicatatkan pada tahun 2012. Ini menunjukkan bahawa penerbitan iklan meningkat saban tahun dan masyarakat Malaysia tidak dapat lari daripada terdedah dengan pelbagai jenis iklan televisyen setiap hari.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Eksplikatur dan implikatur dalam pertuturan sememangnya wujud dalam masyarakat Melayu. Taslim (2010) menyatakan bahawa masyarakat Melayu sebagai manusia yang berbudaya halus, bersopan santun, mementingkan adab ketika berkomunikasi, enggan bersikap biadap dan menjadikan kiasan dan perumpamaan sebagai budaya. Hal ini dibuktikan melalui pelbagai bentuk ungkapan bahasa dalam karya sastera seperti personafikasi, ironi, simile dan sebagainya. Di samping itu, kesantunan Melayu merupakan kesantunan yang memancarkan nilai-nilai asas adat dan budaya Melayu.

Kesantunan mencakupi aspek bahasa ketika berkomunikasi. Penggunaan bahasa yang sopan dan berbudi bahasa sudah terdapat dalam budaya Melayu sejak turun temurun dari satu generasi ke satu generasi yang lain sebagai warisan budaya yang sentiasa dipelihara. Musanif (2007) mengatakan dalam komunikasi antara penutur dan pendengar, budaya sopan santun sangat penting untuk memelihara hubungan antara dua pihak dan memelihara komunikasi tersebut agar dapat berterusan dalam keadaan yang selesa. Perkara ini terjadi kerana tradisi pemikiran Melayu menggunakan bahasa sebagai alat untuk membentuk makna kehidupan dan makna alamnya secara kreatif dan produktif (Ahmad, 2004)

Menurut A.W. Hamzah (1992), bahasa ialah kuasa bagi sebuah iklan. Bahasa berupaya menentukan berjaya atau tidak sesebuah iklan menyampaikan mesej dan menarik perhatian masyarakat terhadap produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Melihatkan kepadanan fungsi bagi iklan dan bahasa

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

menyebabkan penyelidik terpanggil untuk mengkaji secara mendalam mengenai hubung kait dua wacana ini. Oleh itu, fokus kajian ini menumpukan kepada iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) dan makna nilai murni berdasarkan Teori Relevans. Ini merupakan signifikasi dalam usaha menggalakkan penerapan nilai murni kepada masyarakat dalam pembentukan modal insan bagi melahirkan masyarakat yang berilmu pengetahuan, berkemahiran, inovatif, memiliki nilai jati diri, beretika dan berbudaya tinggi.

Oleh itu, pengkaji melihat peranan yang dimainkan oleh media massa, iaitu iklan televisyen dalam menyumbang ke arah matlamat dan hasrat negara dapat diaplikasikan pada masa kini. Pada masa yang sama, kedudukan dan peranan iklan perlu diletakkan pada kedudukan yang sewajarnya bukan sekadar untuk kepentingan komersial dan keuntungan semata-mata malah amat penting dalam menyampaikan mesej yang bermakna dan jelas kepada masyarakat.

1.2 Masalah Kajian

Dalam dunia globalisasi yang semakin maju, menghayati semula nilai menjadikan kita kembali sedar atau tidak akan nilai murni yang semakin pudar dalam pegangan masyarakat kini. Masalah moral dan keruntuhan akhlak dalam kalangan remaja merupakan masalah yang semakin serius. Kekalutan masalah

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

sosial amat membimbangkan banyak pihak kerana boleh merosakkan jati diri dan budaya serta menjatuhkan tamadun bangsa Malaysia. Moha Asri (1999) menyatakan bahawa tahap peningkatan gejala keruntuhan nilai sosial semakin berleluasa pada akhir tahun 1980-an sehinggalah ke hari ini dengan statistik dan jenis gejala sumbang yang amat membimbangkan semua pihak. Kelonggaran nilai budaya dan moral dalam kalangan belia dicerminkan oleh budaya negatif seperti penagihan dadah, keganasan juvana, vandalisme dan sebagainya.

Mohamad Suhaimi (1999) berpendapat bahawa masyarakat Malaysia sedang menghadapi dilema antara ketemuan Wawasan 2020 dan kehilangan identiti generasi muda yang dicemari dengan ketandusan adab dan keruntuhan akhlak. Hal ini dapat dirujuk kepada dapatan kajian pada tahun 1994, mengenai gejala sosial dalam kalangan remaja dari enam buah universiti tempatan oleh Kementerian Belia dan Sukan yang mendapati sebanyak 28 peratus atau 1640 daripada 5860 remaja mengaku terbabit dalam kegiatan seks bebas, 40 peratus pernah menonton video lucah, 25 peratus meminum minuman keras, 14 peratus menagih dadah dan 71 peratus merokok. (1994, Jun 1).

Sebahagian besar masyarakat kini telah kehilangan 'nilai murni' sebenar dan menggantikannya dengan 'nilai negatif' yang dianggap 'biasa' dalam amalan harian mereka. Ketinggian budi dan amalan nilai murni dalam masyarakat kini tidak lagi kelihatan. Kenyataan ini diakui oleh Mantan Perdana Menteri Malaysia YAB Tun Abdullah bin Haji Ahmad Badawi. Menurut beliau:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

> *"Pada hemat saya, dalam kesibukan kita sehari-hari, kita mungkin semakin lupa memupuk ciri-ciri keperibadian luhur, baik untuk diri kita sendiri ataupun untuk anak-anak kita. Sebelum budaya masyarakat kita merosot lagi, kita harus sedar dan mempelajari serta mempraktikkan semula budi bahasa dan nilai-nilai murni warisan kita. Usaha ini harus dimulakan pada peringkat diri sendiri, peringkat keluarga dan pada peringkat masyarakat amnya*".

Kenyataan di atas turut disokong oleh YB Dato' Seri Utama Dr Rais Yatim dalam petikan ucapan beliau di Majlis Pelancaran Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni pada tahun 2006, iaitu:

> *"Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni 2006 diadakan kerana kedapatan dalam kalangan masyarakat kini nilai-nilai dan amalan hidup yang kasar, yang langgar bahasa, yang tidak mengendahkan tatasusila dan beradab. Cara memberi khidmat, cara melayani pelanggan atau orang ramai oleh kakitangan kaunter hadapan di jabatan-jabatan kerajaan seterusnya menimbulkan tidak puas hati di kalangan orang ramai. Ada yang menjawab telefon dengan kasar atau acuh tak acuh (atau langsung tidak berjawab), surat- menyurat rakyat yang lambat dijawab, merosotnya amalan gotong royong dan kecenderungan menolong orang lain dalam kesusahan, menghilangnya amalan hormat-menghormati identiti manusia dan pihak-pihak tertentu yang dahulunya dihormati, keterlaluan mengejar kemajuan kebendaan sehingga kita lupa akan betapa pentingnya tatasusila berhemah diamalkan semula secara menyeluruh. Berikut juga kedapatan secara meluas di kalangan masyarakat Malaysia kurang hormat kepada guru, ibu bapa, pemimpin, ketua dan orang tua-tua; trend atau kecenderungan suka mengambil hak orang lain; tidak suka senyum bila bertegur-sapa atau semasa memberi khidmat; tidak suka mengungkapkan terima kasih atau syukur bila beroleh sesuatu yang baik; kurangnya mengungkapkan 'Apa khabar' atau 'Assalamualaikum'; kurang mengendahkan budaya kebersihan (misalnya tandas kotor); tidak menepati masa dan kurang bertolak ansur di jalan raya".*

Sistem pendidikan sebelum ini diandaikan kurang berkesan untuk 'memanusiakan manusia'. Proses pendidikan agak terhad, lebih tepat dikatakan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

proses penyekolahan tamat tetapi pelajar tidak terdidik, iaitu mereka berilmu serta berkemahiran, tetapi tidak beradab (Abd. Hadi Mohamad, 1994). Pelbagai pihak melahirkan kerisauan tentang keberkesanan dalam menerapkan nilai di sekolah ke arah membentuk generasi akan datang (Wan Mohd Zahid, 1993). Gambaran tentang kepincangan nilai generasi masa kini dijelaskan oleh YB Dato' Sri Hishamuddin (2005), mantan Menteri Pelajaran Malaysia seperti berikut:

> *"Hari ini kita jarang dapat melihat warga tua dipimpin oleh anak-anak muda untuk melintas jalan. Kita sudah ketandusan budaya sapa-menyapa, kurang rasa hormat-menghormati, tidak menghargai harta benda awam dan tidak mengutamakan kebersihan. Keadaan ini jika dibiarkan, lama-kelamaan akan merosakkan tamadun dan mencemarkan budaya bangsa yang kaya dengan budi pekerti serta nilai-nilai murni yang tinggi"*
> (halaman 3)

Oleh yang demikian, kajian ini dijalankan untuk meneliti iklan televisyen terbitan KKMM dan mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang digariskan oleh KPM (1994) sebagai panduan kepada para guru untuk diselitkan dalam P&P bahasa Melayu seterusnya menganalisis makna nilai murni berdasarkan Teori Relevans.

Dalam dunia penyelidikan telah banyak kajian dilakukan oleh pengkaji lepas sama ada di dalam mahupun luar negara mengenai nilai murni. Antaranya, ialah Mohamad Ngah dan Sharifah Fakhriah (2003), Salema Ahmad (2006), Teh Siew Hui (2007), Nazeri dan Nour Azira (2001), Ab.Rahman Bin Mahmud

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

dan Amidin Bin Zin (2003), Yahya Buntat dan Rozita Sanapi (2003), Shuhairimi Abdullah (2008), Badrul Munir Md-Zain dan Farhani Ruslin (2012), Fatimah (1992) dan Awang Had Salleh (1992). Kajian mereka adalah lebih ke arah pengamatan dan pengamalan nilai murni.

Sementara pengkaji yang memfokuskan aspek strategi dan pendekatan dalam meningkatkan nilai murni adalah seperti Robiah K. Hamzah (2011) Abd Rahim Abd Rashid (2001), Nor Azizah Salleh dan Siti Rahayah Ariffin Musa Daia (2001), Kusom Yamirudeng (2005), Zalina Abd Rahman (1990), Amlahj Mohd Salleh (1994), Hardianah Salleh (2003), Rohaida Abdul Rahim (2003), Abdul Rahim Abdul Rashid (2001), Tajul (1989), Nashmad Mohd (2011), Rahman Aroff (1994), Musak Mantrak (1993), Rushani Abdullah (1991), Nagerwerarav (1989) di samping kajian dari luar negara oleh Arlene Bastian (1980) Frost (1979), Dalton, Healy dan More (1985) Mehran (1989) Iheoma (1985) Anyon (1979).

Kajian-kajian yang dilakukan oleh Jumali Hj. Selamat (2001), Aziz Awang (1993), Noraslan Norasim (2010), Fazilah Mohd Jailani (2005), Thalatha Zaitun Mohd Lazim (2005), Raeman Abdullah (1993), Rosnaini Haji Mahmud (1998), Hashim bin Musa dan Rozita Che Rodi (2010), Ani Hj. Omar (2012), Chew Pong Feng (2010), Noor Aina Dani (2011), Omar Mamat (1995), Mat Zin Manun (2009), Izatul Bahiyah Haji Abdul Manap (2007) dan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Norita Ariffin (2006) pula tertumpu kepada kajian nilai murni dalam analisis kandungan.

Berdasarkan pemerhatian dan pengamatan pengkaji, kebanyakan pengkaji terdahulu lebih memfokuskan aspek amalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar sebagai sampel kajian mereka. Kebanyakan dapatan kajian menunjukkan tahap amalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar sekolah adalah masih di tahap sederhana dan rendah. Pengkaji terdahulu turut merasakan bahawa terdapat banyak kekurangan dan kelemahan dalam kajian sebelum ini yang perlu diisi.

Misalnya, kajian mengenai amalan dan penghayatan nilai murni tidak memperlihatkan pentaksiran amalan dan penghayatan itu diukur menggunakan teori tetapi kajian hanya berdasarkan dapatan statistik, peratusan dan kekerapan sahaja. Dalam hal ini, pengkaji lepas kurang mengaplikasikan sebarang teori dalam kajian mereka. Selain itu, kebanyakan mereka lebih berminat menggunakan pelajar sebagai sampel kajian sedangkan banyak lagi populasi manusia yang boleh dijadikan responden.

Pengkaji merasakan terdapat kelompongan yang agak sukar untuk menilai dan menentukan tahap amalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar. Hal ini berlaku kerana amalan nilai murni ini memerlukan usaha dan inisiatif berterusan tanpa menilai dan melihat sesuatu aspek sahaja

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

untuk tempoh masa yang singkat tetapi perlu mengambil kira kepada keseluruhan aspek dalam diri pelajar secara holistik dalam tempoh masa yang panjang. Selain itu, kajian mengenai nilai murni perlu dilihat dan mengambil kira faktor latar belakang diri seorang pelajar melalui institusi kekeluargaan, iaitu peranan ibu bapa yang melibatkan beberapa aspek seperti faktor agama, budaya, taraf ekonomi dan sebagainya selain melihat peranan institusi pendidikan sahaja.

Di samping itu, pengkajian terhadap aspek nilai turut diambil kira oleh pengkaji dalam kajian ini. Pengkaji dapat merumuskan bahawa pengkaji terdahulu lebih berminat menjalankan penyelidikan terhadap nilai positif, gambaran hati budi dan budi bahasa masyarakat Melayu. Malahan, penyelidikan lepas lebih menjurus kepada penerapan nilai di dalam bilik darjah melalui proses P&P di sekolah dalam pelbagai subjek yang diajar oleh guru. Oleh itu, boleh dikatakan bahawa penekanan kajian mereka lebih kepada usaha dan peranan serta pendekatan yang perlu dimainkan oleh guru di sekolah dalam menerapkan nilai baik dalam kalangan pelajar. Kebanyakan mereka merasakan proses penerapan nilai amat sesuai dan berkesan dilakukan melalui institusi pendidikan sama ada secara formal dan tidak formal.

Oleh yang demikian, banyak usaha perlu dilakukan secara berterusan dan konsisten supaya amalan dan penghayatan nilai murni boleh diperbaiki dan dipertingkatkan pada masa hadapan. Ini bermakna, pengkaji mengakui bahawa

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

terdapat kekurangan dan kelompongan terhadap pendekatan dan strategik yang digunakan dalam menerapkan nilai murni kepada masyarakat, khasnya para pelajar. Dalam hal ini, pengkaji merasakan adalah perlu suatu usaha difikirkan dalam melihat teknik dan kaedah yang lebih kritis dan inovatif dilakukan. Hal ini berlaku kerana kajian sebelum ini masih belum dapat menjadi kayu ukur dalam melihat amalan nilai murni dalam masyarakat kerana masih bersifat analisis permukaan bukan secara kristis.

Dalam pada itu, ramai pengkaji menjadikan trend dalam kajian mereka dengan menggunakan aspek analisis kandungan melalui buku teks dan genre puisi seperti pantun dan sajak berbanding media komunikasi seperti iklan radio, iklan televisyen, teks ucapan dan sebagainya. Malahan, kajian analisis kandungan yang lalu banyak menumpukan kepada karya kreatif seperti novel dan cerpen. Kajian bersifat ini lebih tertumpu kepada genre sastera, iaitu mengaitkan unsur sastera sebagai medium dan wadah dalam mendidik mesyarakat akan kepentingan nilai murni selain sarat dengan elemen estetika.

Karya kreatif seperti novel dan cerpen memerlukan pembacaan dan pengayaan yang lama, iaitu memerlukan tempoh masa yang panjang untuk menghayati nilai murni yang diungkapkan berbanding karya kreatif seperti iklan televisyen yang merupakan iklan pendek yang disiarkan di televisyen. Walaupun jangka masa tayangan iklan yang disiarkan hanya beberapa minit tetapi kekerapan tayangan di televisyen adalah tinggi. Selain itu, pembacaan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

karya kreatif seperti novel dan cerpen hanya menjurus kepada golongan tertentu sahaja seperti orang dewasa dan para pelajar menengah atas. Dalam erti kata lain, bukan semua golongan masyarakat terpanggil untuk membaca karya kreatif ini berbanding dengan iklan yang lebih terdedah dan terbuka luas untuk semua golongan menonton iklan televisyen tanpa mengira masa.

Mengikut statistik, rakyat Malaysia masih dikategorikan masyarakat kurang membaca. Menurut kajian Perpustakaan Negara Malaysia (PNM) dan kajian Profil Membaca Rakyat Malaysia pada tahun 2005 menunjukkan secara purata, rakyat membaca dua buku setahun. Kajian pada tahun 2009 pula menunjukkan purata rakyat berumur 10 tahun ke atas membaca sembilan hingga 12 buku setahun. Sebanyak 56,676 orang mendaftar sebagai ahli perpustakaan tempatan di seluruh negara pada tahun 2010 dengan 776,347 buku dipinjam di PNM pada tempoh sama. Bagaimanapun, angka tersebut masih rendah untuk lapan tahun terakhir menjelang 2020 berbanding negara lain di Asia Timur (2012, Januari 16).

Satu kajian terhadap golongan belia di Malaysia menunjukkan bahawa golongan belia menghabiskan masa mereka selama kira-kira 32.6 jam setiap hari melakukan aktiviti yang berkaitan media seperti menonton televisyen, melayari internet, mendengar radio dan membaca majalah. Kanak-kanak pula telah menghabiskan kira-kira 5.3 jam di sekolah, 3.3 jam di internet, 2.5 jam untuk menonton televisyen, 1.3 jam dengan telefon dan 6.8 jam untuk tidur.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Lebih daripada dua pertiga atau 71 peratus daripada responden mengatakan bahawa mereka menonton televisyen dan melayari internet pada masa yang sama (www.malaysiakini.com).

Menurut Zulkiple (1997), beberapa kajian yang dilakukan oleh Persatuan Pengguna Pulau Pinang dan pelajar komunikasi Universiti Sains Malaysia mendapati bahawa secara puratanya, setiap kanak-kanak menonton televisyen dua hingga tiga jam sehari pada hari biasa dan tiga hingga empat jam pada hari minggu. Fomca juga mendedahkan, kajian yang dijalankan pada tahun 2005 membabitkan penggunaan peralatan berskrin seperti televisyen, komputer dan telefon bimbit mendapati golongan muda menghabiskan 73 peratus masa lapang mereka untuk menonton televisyen. (2010, April 20).

Hasil kajian daripada Wan Norina Wan Hamat, Zaharah Hussin, Ahmad Fkrudin Mohamed Yusoff dan Ahmad Arifin Sapar (2013), mengenai tempoh masa pendedahan media massa pelajar dalam sehari secara keseluruhan menunjukkan sebahagian besar pelajar menghabiskan masa untuk melayari laman-laman web. Dapatan kajian mendapati mereka lebih memilih melayari web untuk bersantai daripada melayari web tujuan pembelajaran. Menonton televisyen merupakan aktiviti kedua pelajar berada pada tahap sederhana. Namun, aktiviti mendengar radio, menonton CD Rom dan membaca majalah ilmiah pula berada pada tahap yang rendah. Sementara membaca majalah

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

hiburan merupakan aktiviti yang paling kurang digemari dengan hanya menghabiskan masa selama 1.52 jam sehari.

Kekuatan iklan pada hari ini sebagai medium dan wadah dalam memberi pengaruh yang hebat kepada masyarakat. Saban tahun, iklan sentiasa berubah-ubah mengikut kecanggihan dan peredaran masa. Maka, terdapat banyak iklan baharu diterbitkan dan ditayangkan dalam tempoh masa yang pendek. Penerbitan iklan banyak mengambil kira elemen-elemen multimedia yang kreatif, inovasi dan canggih dari aspek persembahan mediavisual, grafik, animasi, warna dan lain-lain yang memberi kesan kepada psikologi masyarakat. Dengan kelebihan dan kekuatan ini dalam memperlihatkan fenomena kini, maka kesempatan dan peluang ini diambil dalam pengkajian ini.

Oleh yang demikian, berdasarkan perbincangan daripada statistik mengenai tahap pembacaan oleh masyarakat Malaysia di atas adalah masih di tahap rendah. Ini bermakna masyarakat Malaysia kurang berminat dengan bahan bacaan. Maka, karya kreatif seperti buku, novel dan cerpen kurang sesuai dalam menerapkan amalan nilai murni dalam kalangan masyarakat kini. Perbincangan terhadap pengaruh media massa terhadap masyarakat Malaysia kini dapat merumuskan bahawa iklan merupakan karya kreatif yang ideal yang dapat dijadikan sumber yang dapat mewakili populasi masyarakat. Berdasarkan kekuatan dan kelebihan yang terdapat pada media massa, iaitu iklan televisyen

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

dapat memberi impak dan pengaruh yang berkesan dalam menerapkan nilai murni kepada psikologi dan minda masyarakat hari ini.

Dalam konteks semasa, kedudukan dan penggunaan iklan hanya terhad kepada penerbitan iklan kreatif dalam konteks promosi, hiburan dan pengiklanan bagi tujuan perniagaan dan keuntungan semata-mata. Media televisyen merupakan media yang paling efektif dalam mempengaruhi minda dan sikap masyarakat. Segala maklumat dan pesanan dalam sebuah iklan televisyen yang disiarkan akan sampai dengan mudah kepada masyarakat. Hal ini disebabkan kerana penonton televisyen adalah terdiri daripada semua golongan masyarakat. Hampir seratus peratus kediaman dilengkapi dengan televisyen dan setiap hari minda penonton diasuh dengan apa yang dipertontonkan.

Namun di sebalik kebaikan, terdapat juga keburukan iklan televisyen. Iklan boleh mempengaruhi pengguna membeli barangan yang tidak perlu atau tidak berfaedah seperti pepatah Melayu "indah khabar dari rupa". Iklan juga memiliki wajah negatifnya, iaitu iklan sering mempergunakan wanita terutama wanita seksi untuk melariskan jualan produk. Penggunaan model lelaki yang tampan dan sasa turut diekploitasikan oleh iklan. Pembelian pengguna terhadap barangan dan perkhidmatan adalah semata-mata atas dasar melihat iklan yang menarik dan menjurus ke arah pembaziran. Kebanyakan masyarakat tidak bijak dan rasional dalam membuat penilaian selepas menonton sesebuah iklan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Selain itu, keburukan iklan mungkin disebabkan terdapat kekaburan makna dalam menyampaikan mesej kepada masyarakat. Ambiguiti dikenali sebagai kekaburan atau ketaksaan makna. Menurut *Kamus Pelajar Edisi Kedua* (2008), ambiguiti bermaksud kesamaran atau ketidaktentuan yang memungkinkan dua atau beberapa tafsiran dibuat terhadap sesuatu. Ambiguiti ialah ayat atau perkataan yang mempunyai makna yang tidak pasti atau tidak jelas dan kurang tepat maksudnya (Siti Saniah, 2010). Manakala, menurut Hajar Abdul Rahim (1999), ambiguiti merujuk kepada lebih daripada satu makna. Oleh itu, kekaburan makna dalam mesej yang disampaikan dalam iklan harus dielakkan. Kekaburan makna dalam iklan akan mengundang banyak andaian dan kefahaman yang berbeza. Impaknya, mesej yang hendak disampaikan kepada penonton tidak berjaya dan berkesan.

Hakikatnya, ambiguiti bukan sahaja berlaku dalam ayat, frasa dan perkataan dalam bahasa iklan tetapi ambiguiti boleh saja berlaku pada gambar atau imej (Arba'ie Sujud, 2010). Menurut Nor Hashimah (1993), kekaburan makna dalam bahasa iklan berpunca daripada masalah kekurangan istilah sehingga mengakibatkan pemilihan kata yang kurang tepat dan menyebabkan pemesongan terhadap makna sebenar yang hendak disampaikan (Nor Hashimah, 1993). Meskipun kedua-dua masalah tersebut dianggap remeh, namun secara tidak langsung permasalahan yang baru akan wujud yakni ketaksaan. Ketaksaan bermaksud kekaburan makna sekali gus melahirkan tafsiran yang berlainan daripada maksud sebenar.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Bagi mentafsir makna, pragmatik merupakan prinsip yang paling sesuai digunakan. Pragmatik boleh ditakrifkan sebagai kajian yang mengkaji bagaimana ujaran mendapat maknanya apabila digunakan dalam keadaan tertentu (Leech, 1993). Kajian mengenai implikatur bukan sahaja dapat dijalankan terhadap pertuturan perbualan secara lisan malah dapat dilakukan terhadap komunikasi yang terdapat dalam teks. Mustaffa (2010) dan Ronald R Jacobsen (2010) menyatakan sesuatu ujaran itu tidak hanya dilatari oleh satu maksud sahaja tetapi ada maksud lain yang terselindung di sebalik kata-kata yang digunakan dalam ujarannya.

Menurut Nor Hasyimah Jalaluddin (1992), implikatur ialah mesej yang tersirat dan cuba disampaikan dalam perbualan. Sementara, Jamaliah Mohd Ali (1996) pula mendefinisikan implikatur sebagai kajian yang melibatkan aspek-aspek makna yang tidak diliputi oleh bidang semantik. Dengan erti kata lain, implikatur ialah makna tersembunyi dalam ujaran. Bahasa sindiran ialah perkataan yang ditujukan untuk menyatakan sesuatu maksud kepada seseorang tetapi tidak disebutkan secara tepat. Sementara bahasa tersirat ialah bahasa yang digunakan untuk menyampaikan sesuatu maksud tetapi tidak disampaikan secara terus.

Dari perspektif penyelidikan pula, pengkaji mendapati kajian terhadap genre iklan dilakukan ke atas iklan media cetak seperti majalah, buku dan surat khabar banyak dilakukan oleh kebanyakan pengkaji sebelum ini. Antaranya,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

ialah Azizah Mohd Shah@Khalid (2008), Norhana Ismail (1996/1997), Ng Yen Lee (1989), Yusof Maniso (1993), Mohamad Md Yusuff dan Kamaliah Hj Siarap (1999) dan Mohd Hamdan Adnan (1997).

Kebanyakan pengkaji terdahulu lebih berminat menggunakan kaedah analisis kandungan seperti Chuah Ju Nah (1998), Rahmah Ismail (1996), Mariasomalia (2008), Jamil Yakyah (2000), Siti Saniah Abu Bakar (2008), Aflah Omar (1998/1999), Lee Soo Hoon (1994/1995) dan Norhasliza Zainal (1998/1999). Manakala kajian dalam aspek format iklan adalah seperti Nor Aziyani Binti Sahri (1998/1999), Mohd Helmi Abd. Rahim, Maizatul Haizan Mahbob & Wan Idros Wan Sulaiman (2009) dan Mohd Helmi bin Abd. Rahim (2005). Oleh yang demikian, dapat dikatakan pengkajian aspek nilai murni ke atas genre iklan adalah masih kurang dilakukan oleh pengkaji sebelum ini.

Perbincangan kajian menunjukkan genre periklanan televisyen di Malaysia menunjukkan satu perubahan positif, iaitu banyak memaparkan mesej yang mengandungi nilai yang baik kepada masyarakat. Kajian sebelum ini banyak menggunakan kaedah analisis kandungan ke atas iklan media cetak seperti majalah, buku dan surat khabar sebagai metodologi kajian dalam menganalisis data kajian. Malahan, kajian lepas memberi tumpuan kepada aspek bahasa, iaitu linguistik dan wacana seperti laras bahasa iklan. Sementara kajian mengenai strategik dan format periklanan dibuat secara umum bagi meningkatkan mutu industri periklanan tanah air dengan menyentuh aspek

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

kreativiti dan keberkesanan iklan dalam mencapai matlamat iklan tanpa menyentuh aspek mesej dan makna yang disampaikan di sebalik iklan secara kritis dan intelektual.

Kekurangan kajian sebelum ini ialah pengkaji terdahulu kurang memfokuskan lebih mendalam jenis dan saluran-saluran iklan yang ada di Malaysia iklan yang dikaji. Kebanyakan mereka melihat genre iklan secara umum dan kajian terhadap nilai murni ke atas iklan televisyen terbitan KKMM masih kurang dilakukan oleh pengkaji sebelum ini. Hal ini berlaku kerana kurang pendedahan mengenai iklan KKMM yang meluas ditayangkan di televisyen. Melalui perbincangan dan kupasan di atas, kajian ke atas genre iklan dalam melihat aspek nilai murni adalah masih kurang. Dengan kelompongan yang ada dalam kajian lepas, pengkaji terpanggil untuk melakukan kajian mengenai nilai murni menerusi iklan televisyen.

Oleh itu, adalah wajar kajian ini dilakukan bagi menambah lagi penyelidikan. Dalam konteks kajian ini, pengkaji menumpukan aspek nilai murni yang terdapat iklan televisyen terbitan KKMM. Pengkaji mengaplikasikan genre iklan sebagai medium utama dalam menerapkan nilai murni kepada semua lapisan masyarakat. Pengkaji memilih genre iklan sebagai sampel utama dalam kajian ini kerana mendapati masyarakat kini mudah terpengaruh dengan iklan yang ditayangkan di televisyen kerana medium televisyen merupakan media massa amat dekat dengan masyarakat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Pengkaji merasakan kelebihan kajian ini dapat dilihat melalui dapatannya, iaitu mendedahkan kepada masyarakat akan penerbitan iklan keluaran KKMM yang tidak dinafikan sangat baik dalam memberikan mesej nilai murni di samping dapat memupuk amalan nilai murni melalui pendekatan media visual secara tidak langsung. Malahan, apa yang lebih penting, pengkaji merasakan kajian ini dapat membantu memberi kesedaran terhadap pihak yang terlibat dalam industri periklanan tanah air akan peri pentingnya menyampaikan makna yang jelas dan berkesan kepada penonton supaya dapat mengurangkan masalah ketaksaan, ambiguiti dan sebagainya di sebalik iklan yang diterbitkan memandangkan juga masih kurang kajian terhadap kekaburan makna dalam iklan televisyen dilakukan sebelum ini.

Nilai murni merupakan nilai yang baik dan positif untuk dipupuk dan diterapkan kepada masyarakat supaya menjadi pegangan dan amalan hidup masyarakat. Penerapan nilai murni dapat mengurangkan masalah gejala sosial dan tunjang utama kepada keharmonian hidup bermasyarakat yang pelbagai budaya, agama dan adat resam di Malaysia. Oleh yang demikian, adalah wajar pengkaji meneliti aspek nilai murni dalam iklan televisyen terbitan KKMM untuk diterapkan kepada golongan masyarakat terutamanya para pelajar.

Adalah diharapkan melalui kajian ini, dapat membantu bagi melihat bagaimana iklan dapat diadaptasikan untuk mendidik dan memupuk masyarakat mengenai kepentingan nilai murni dalam membentuk pemikiran, sahsiah dan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

budaya sebagai pemangkin dalam menjana pembangunan modal insan. Secara tidak langsung, kajian ini dapat membantu merubah tradisi iklan selari dengan matlamat semasa negara supaya iklan boleh disesuaikan ke arah kepentingan pembangunan negara. Iklan yang ditayangkan di televisyen bukan sahaja dapat menarik perhatian masyarakat malah apa yang lebih penting adalah penyampaian mesej yang disampaikan haruslah bermakna, mudah difahami dan berkesan.

Oleh yang demikian, adalah wajar bagi pengkaji untuk meneliti iklan televisyen oleh KKMM bagi melihat aspek nilai murni dan makna nilai murni yang disampaikan sebagai wahana penerapan kepada masyarakat bagi melahirkan modal insan yang berpesonaliti unggul dan cemerlang.

1.3 Soalan Kajian

Berdasarkan masalah kajian yang timbul, maka beberapa soalan kajian dibina dalam penyelidikan ini yang terdiri daripada:

(a) Apakah terdapat iklan-iklan televisyen yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM)?

(b) Adakah iklan-iklan televisyen terbitan KKMM mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994)?

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

(c) Bagaimanakah makna nilai murni dapat dihuraikan berdasarkan Teori Relevans.

1.4 Objektif Kajian

Tujuan penyelidikan ini dibuat berasaskan tiga (3) objektif :

(a) Meneliti iklan-iklan televisyen yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM).

(b) Mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994).

(c) Menghuraikan makna nilai murni dalam iklan televisyen terbitan KKMM berdasarkan Teori Relevans.

1.5 Kepentingan Kajian

Dalam kajian ini, terdapat pelbagai kepentingan yang boleh dilihat daripada hasil dapatannya. Diharapkan melalui tafsiran makna nilai murni yang disampaikan, dapat memberi kesedaran terhadap kepentingan nilai murni yang cuba dipaparkan dalam iklan televisyen terbitan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) dan seterusnya dapat meningkatkan kesedaran terhadap amalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan masyarakat

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

terutamanya golongan pelajar dari peringkat umur 13 tahun hingga 18 tahun yang sememangnya suka menonton televisyen.

Kepentingan kepada dunia pendidikan, diharapkan pendedahan iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi banyak nilai murni dapat digunakan dan diaplikasi di dalam proses pengajaran dan pembelajaran (P&P) di dalam kelas secara tidak langsung para guru dapat menjelaskan kepentingan nilai murni dan seterusnya memupuk amalan nilai murni dalam kalangan pelajar.

Kepentingan kajian ini adalah untuk membantu masyarakat sebagai penonton televisyen memahami makna mesej yang disampaikan dalam iklan televisyen secara mudah dan jelas supaya tidak hanya mentafsir makna mesej secara harafiah atau zahir sahaja.

Kepentingan kepada industri periklanan, kajian ini adalah diharapkan dapat membantu pihak yang terlibat dalam menerbitkan iklan-iklan televisyen yang mampu menonjolkan mesej yang jelas dan berkesan kepada masyarakat. Ini adalah untuk mengelakkan berlaku masalah kekaburan dan ketaksaan makna dalam penerbitan iklan televisyen yang bermutu, kreatif dan berimaginasi tinggi.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Kepentingan kajian ini secara tidak langsung dapat membantu kerajaan dalam melihat sejauh mana gagasan dan hasrat kerajaan berjaya dan berkesan dilakukan oleh pihak KKMM dalam menerbitkan iklan nilai murni untuk penambahbaikan pada masa akan datang.

1.6 Batasan Kajian

Penyelidikan yang dijalankan dalam kajian ini mempunyai keterbatasan yang tersendiri. Dalam kajian ini, pengkaji meneliti iklan televisyen di bawah Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) yang mengandungi nilai murni. Berdasarkan pemerhatian pengkaji, terdapat hampir 45 iklan televisyen terbitan KKMM diterbitkan dari tahun 2009 sehingga tahun 2012. Daripada 45 iklan tesebut, sebanyak 10 iklan televisyen yang mengandungi nilai murni menjadi bahan utama dalam kajian ini adalah seperti berikut:

1. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon (TI1)
2. Bersopan dan Beradab Amalan Kita-Dalam LRT (TI2)
3. Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita (TI3)
4. Budi Bahasa Budaya Kita (TI4)
5. Bersopan dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua (TI5)
6. Kurangkan Manis dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman (TI6)
7. Bersopan dan Beradab Amalan Kita-Meletak Kenderaan (TI7)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

8. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Tua Melintas Jalan Raya (TI8)
9. Bersopan dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran (TI9)
10. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih-Sama-sama (TI10)

Pemilihan 10 iklan televisyen dalam kajian ini mempunyai justifikasinya tersendiri. Hal ini kerana, 10 iklan televisyen tersebut adalah menepati 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) sebagai panduan kepada para guru untuk diselitkan dalam proses P&P bahasa Melayu. 10 iklan televisyen tersebut juga mampu menonjolkan pelbagai nilai murni dalam menjayakan Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni kepada masyarakat Malaysia. Pengkaji memilih iklan televisyen terbitan KKMM dalam era tahun 2009 hingga 2012 adalah kerana iklan nilai murni diperlihatkan dalam media televisyen banyak didominasi dan begitu rancak disiarkan pada tahun tersebut.

Sementara itu, 10 iklan televisyen tersebut adalah menggunakan watak manusia yang menggambarkan kehidupan realiti dan budaya masyarakat Malaysia kini mengenai pengamalan nilai murni. Malahan, kajian ini menggunakan persampelan bertujuan, iaitu pengkaji sememangnya memfokuskan kepada iklan televisyen terbitan KKMM sejak peringkat awal penyelidikan lagi. Maka, pengkaji percaya bahawa 10 iklan televisyen tersebut adalah iklan yang sesuai diaplikasikan dalam mencapai objektif kajian ini.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Dalam pada itu, fokus utama kajian ini ialah aspek nilai murni yang terdapat dalam iklan televisyen terbitan KKMM. Nilai murni yang dikenal pasti dan diketengahkan dalam kajian ini adalah berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994). Selain itu, pengkaji menumpukan aspek makna nilai murni berdasarkan TR. Dalam hal ini, pengkaji akan mengupas unsur eksplikatur dan implikatur dalam membincangkan makna ujaran yang tersirat, kabur, tidak jelas atau sebaliknya.

Pengkaji memilih iklan televisyen dalam kajian ini adalah kerana iklan terbitan KKMM adalah sesuai dalam mencapai objektif kajian di samping dapat menyokong hasrat murni kerajaan bagi memupuk dan menerapkan nilai murni dalam kalangan masyarakat Malaysia. Saluran televisyen merupakan medium yang paling dekat dan amat berpengaruh dengan masyarakat. Menurut bekas Ketua Pegawai Operasi Astro, Henry Tan, Astro mencapai kenaikan peratusan mendadak pada masa kini, iaitu sebanyak 46 peratus daripada jumlah kediaman di Malaysia yang memiliki televisyen melanggan Astro sehingga Jun 2009. Pelanggan Astro juga terus berkembang menjadi 2.73 juta langganan dan lebih 12.3 juta jumlah penonton (2009, Ogos 17).

Sementara itu, Radio Televisyen Malaysia (RTM) menunjukkan RTM1 dan RTM2 kini mencatatkan peningkatan jumlah penontonnya sebanyak 4.8 peratus. Menurut bekas Pengarah Urusan Utusan Airtime Sdn. Bhd., Adi Satria, peningkatan jumlah penonton tersebut menjadikan RTM1 kini ditonton oleh

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

lebih 5 juta penonton, manakala RTM2 pula lebih 7.6 juta penonton (2008, Febuari 01). Berdasarkan penyataan di atas cukup menggambarkan media televisyen amat dekat dan berpengaruh dalam kalangan masyarakat Malaysia.

Dalam hal ini, televisyen merupakan media elektronik yang amat berpengaruh dalam pembinaan sikap, pemikiran dan kebudayaan masyarakat. Dapat disimpulkan bahawa media elektronik, iaitu televisyen berkuasa dan berpengaruh dalam membentuk individu dan institusi masyarakat. Di sini, pengkaji melihat bahawa iklan mendukung pelbagai fungsi dan peranan yang kompleks dalam hampir keseluruhan kehidupan. Oleh itu, iklan dianggap dapat mempengaruhi dalam membentuk pemikiran, minda dan tingkah laku seseorang untuk menjadi manusia, iaitu warganegara yang baik, berbudi dan berguna kepada bangsa dan negara. Di samping itu, iklan berupaya memberikan pelbagai sumber maklumat dan mesej yang amat bermanfaat untuk dikuasai oleh masyarakat dalam pelbagai aspek kehidupan.

1.7 Definisi Operasional

Definisi istilah perlu dijelaskan untuk memudahkan pemahaman terhadap pemilihan tajuk penyelidikan. Merujuk kepada tajuk kajian, iaitu Nilai Murni Dalam Iklan Televisyen: Satu Tinjauan Berdasarkan Teori Relevans, maka

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

terdapat beberapa definisi yang perlu difahami dalam kajian ini. Definisi ini terdiri daripada definisi konsep dan operasional.

Definisi Konsep

1.7.1 Nilai murni

Menurut *Kamus Sastera Melayu* (2001) nilai adalah sesuatu perbuatan atau tingkah laku yang digemari atau dibenci. Nilai ialah ukur tara dan prinsip yang digunakan untuk mempertimbangkan harga (*worth*) sesuatu benda, perkara, perbuatan, tingkah laku, kejadian dan keadaan (Hashim Hj. Musa, 2001). Siti Aisah Murad (1996) menyebut nilai sebagai sesuatu yang amat tinggi dan berharga. Menurut Kamsiah Abdullah (2008), nilai ialah cerminan falsafah, pandangan dan cara sesebuah masyarakat membentuk dan menjalinkan kewujudan kemanfaatan anggotanya.

Sementara Rokeach (1995), menyatakan nilai sebagai kepercayaan yang berterusan tentang sesuatu mod perlakuan yang menjadi pilihan personal dan sosial. Nik Aziz (1995) menegaskan nilai sebagai satu rangka keutamaan dalam membuat pilihan berfungsi yang membentuk dan mempengaruhi tingkah laku manusia. Nilai adalah unsur yang boleh diterima dan diguna pakai oleh masyarakat mengikut kesesuaian ahli dalam masyarakat (Mohammad Affendi, 1992).

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Nilai murni didefinisikan sebagai perlakuan yang baik, peradaban dan tatasusila individu manusia dalam hubungannya sesama manusia, alam dan tuhan. Kamarulzaman (2001) menyatakan nilai murni dikenali sebagai kemanusiaan atau nilai moral. Wan Mohd. Zahid (1988) mentakrifkan nilai murni sebagai tanggapan berkenaan perkara-perkara yang dihajati dan pada masa yang sama juga menjadi kriteria atau ukuran.

Nilai murni boleh disimpulkan sebagai budi pekerti, tingkah laku, perangai atau perlakuan yang diamalkan seseorang semasa berinteraksi dengan orang lain berdasarkan nilai baik yang disepakati bersama. Nilai murni merujuk perbuatan atau tingkah laku yang baik dan biasanya akan dijadikan teladan.

Dalam konteks kajian ini, penelitian dibuat terhadap 10 iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni. Nilai murni yang dimaksudkan ialah nilai yang baik dan positif yang dapat didedahkan dan diterapkan kepada penonton selaku masyarakat.

Nilai murni yang diberi tumpuan dalam kajian ini berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) kepada para guru untuk diterapkan dalam proses P&P bahasa Melayu. 16 nilai murni tersebut ialah:

1. Baik Hati
2. Berdikari
3. Hemah Tinggi

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

4. Hormat Menghormati
5. Kasih Sayang
6. Keadilan
7. Kebebasan
8. Keberanian
9. Kebersihan Fizikal dan Mental
10. Kejujuran
11. Kerajinan
12. Kerjasama
13. Kesederhanaan
14. Kesyukuran
15. Rasional
16. Semangat Bermasyarakat

1.7.2 Iklan

Perkataan iklan berasal dari bahasa Arab iaitu "*i'lan*" yang membawa makna khabar yang disiarkan. Menurut *Kamus Dewan Edisi Ketiga* (2005), iklan bermaksud pemberitahuan atau segala bentuk pesanan tentang sesuatu produk yang disampaikan melalui media percetakan mahupun elektronik dan dibiayai oleh syarikat-syarikat serta ditujukan kepada masyarakat umum.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Menurut Hamisah Zaharah (2001), secara umumnya iklan merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan barangan, perkhidmatan, peluang pekerjaan, inspirasi dan maklumat kepada yang ingin disampaikan. Pengiklanan digunakan kerana lebih berkesan sebagai salah satu cara bagi pengusaha untuk memberi maklumat kepada pengguna tentang barangan keluarannya (Mohamad Md Yusoff, 1999).

Iklan bagi konteks kajian ini ialah iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni dari tahun 2008 hingga 2012 dalam menjayakan Kempen Budi Bahasa Dan Amalan Nilai Murni kepada masyarakat Malaysia.

1.7.3 Makna

Makna merujuk kepada sesuatu kenyataan yang ringkas dan padat bagi menjelaskan konsep atau makna sesuatu kata, frasa dan lain-lain. Makna bukanlah mesej tetapi pengertian yang diberikan terhadap mesej. Makna terhadap mesej lebih mudah diberikan jika penerima atau pendengar mempunyai pengalaman. Perkataan tidak mempunyai makna sebaliknya manusialah yang mencipta makna secara individu (Fauzi, 2001).

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

1.7.4 Teori Relevans

Dalam menganalisis makna nilai murni, TR diaplikasikan dalam kajian ini. TR mementingkan tiga aspek utama, iaitu konteks, kesan kosteks dan usaha memproses. Konteks ialah andaian tentang dunia yang dibina secara psikologi oleh pendengar. Sementara kesan konteks ialah tafsiran atau jawapan sebenar sesuatu ujaran yang dihasilkan setelah sesuatu set andaian dihasilkan. Usaha memproses pula ialah usaha pendengar dalam memproses maklumat atau makna ujaran. Ketiga-tiga aspek ini amat penting dalam sesuatu menginterpretasi makna. Dalam kajian ini, penghuraian dan penginterpretasian makna nilai murni dalam 10 iklan televisyen keluaran KKMM dibuat dengan melihat sama ada makna nilai murni disampaikan secara jelas dan relevan atau sebaliknya melalui pengaplikasian Teori Relevans.

1.7.5 Eksplikatur

Eksplikatur ialah ujaran yang sangat mudah dikesan, bersifat harfiah dan tidak mengandungi maksud tersirat. Ujaran eksplikatur mudah difahami, iaitu makna yang disampaikan terus dan tersurat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

1.7.6 Implikatur

Implikatur menurut Nor Hashimah (1992) ialah ujaran yang mempunyai maksud tersirat yang disampaikan oleh penutur dalam perbualan. Carston (1988) menyatakan implikatur ialah mengenai mesej yang tersirat yang cuba disampaikan dengan ujaran yang tersurat. Implikatur melibatkan apa-apa yang diujarkan secara eksplisit dan juga apa-apa yang dilahirkan secara implisit (Nor Hashimah, 2003). Implikatur adalah aspek ketersiratan makna sesuatu ujaran selain melihat hajat sebenar si penutur terhadap komunikasi yang disampaikan (Jacobsen, 2010).

1.8 Kesimpulan

Dalam kajian ini, penelitian dibuat ke atas iklan televisyen terbitan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM). Kajian ini juga mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) dalam P&P bahasa Melayu. Selain itu, pengkaji menganalisis aspek makna nilai murni yang disampaikan berdasarkan Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986).

Kajian ini sebagai satu kesedaran bagi memupuk dan menerapkan nilai murni kepada masyarakat terutamanya golongan pelajar. Di sini, pengkaji melihat bagaimana peranan iklan televisyen terbitan KKMM dapat

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

menyumbang ke arah matlamat dan hasrat negara. Pada masa yang sama, genre iklan boleh diaplikasikan agar kedudukan dan peranan iklan dapat dikekalkan bukan sekadar untuk kepentingan komersial dan malah adalah amat penting dalam menyampaikan mesej yang bermakna dan jelas kepada masyarakat. Oleh itu, adalah wajar kajian ini dilakukan berdasarkan perbincangan di atas dalam mencapai objektif kajian dan mengisi kekurangan kajian sebelum ini.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

BAB 2

TINJAUAN LITERATUR

2.0 Pengenalan

Dalam konteks kajian ini, penelitian dibuat terhadap iklan televisyen terbitan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM). Seterusnya, pengkaji mengenal pasti nilai murni iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994). Selain itu, pengkaji memberi tumpuan kepada aspek makna nilai murni dari sudut Teori Relevans. 10 iklan televisyen tersebut merupakan iklan televisyen terbitan KKMM dalam menjayakan kempen Budi Bahasa dan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Amalan Nilai Murni kepada masyarakat Malaysia. Sesungguhnya, terdapat banyak nilai murni diperlihatkan dalam iklan televisyen yang dikaji.

Oleh yang demikian, aspek yang akan dibincangkan dalam bab ini ialah kajian-kajian mengenai latar belakang kajian berkaitan tajuk kajian yang dijalankan oleh pengkaji sebelum ini sama ada kajian dalam dan luar negara. Antara aspek yang dibincangkan ialah nilai murni dan genre iklan. Perbincangan sorotan literatur yang dikupas dalam bab ini adalah terdiri daripada tesis Ph.D, ijazah sarjana, projek ilmiah, buku ilmiah, bab dalam buku, artikel dalam jurnal dan sebagainya. Selain itu, pengkaji turut membincangkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) dan Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986).

2.1 Kajian-Kajian Berkaitan

Dalam bahagian ini, pengkaji mendedahkan kajian-kajian terdahulu oleh pengkaji lepas dalam aspek nilai murni dan genre iklan. Pendedahan kajian-kajian terdahulu membolehkan pengkaji melihat kelompongan dan kekurangan yang perlu diisi dalam melihat kewajaran kajian ini dijalankan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

2.1.1 Nilai Murni

Kajian berkenaan dengan nilai murni adalah suatu bidang yang sudah lama dikaji dan dibincangkan dalam dunia penyelidikan tanah air. Kajian nilai murni merupakan kajian yang popular dalam kalangan pengkaji di negara ini. Dalam kajian ini, pengkaji berjaya mengupas beberapa kajian mengenai nilai murni. Kupasan perbincangan ini dikategorikan berdasarkan kepada tiga tema, iaitu pengamalan dan penghayatan, strategi dan pendekatan serta analisis kandungan.

a) Pengamalan dan penghayatan

Awang Had Salleh (1992) menyatakan bahawa mata pelajaran moral perlu dijadikan mata pelajaran jika mahu pelajar mempelajarinya dengan bersungguh-sungguh dan menjadikan pendidikan nilai benar-benar berkesan dalam kalangan pelajar. Walaupun kajian tersebut sebenarnya tidak dapat mengukur dengan sempurna penghayatan nilai murni yang diajar, tetapi pelajar dan guru akan belajar dan mengajar dengan bersungguh-sungguh dalam mata pelajaran moral di sekolah. Maka, pengkaji merasakan kajian ini dikatakan baik kerana pendidikan nilai dapat diterapkan dalam diri pelajar secara tidak langsung dalam mata pelajaran moral yang diajar sekolah.

Fatimah (1992) telah membuat tinjauan dan temubual dengan beberapa orang guru dan mendapati terdapat perbezaan yang ketara dari segi

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

keberkesanan pemahaman nilai murni di sekolah di pinggir bandar dan sekolah luar bandar. Dapatan kajian mendapati bahawa latar belakang keluarga, kawasan kediaman dan masyarakat, iaitu ibu bapa mereka bekerja juga mempengaruhi keberkesanan penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar. Didapati bahawa kanak-kanak dari keluarga yang tidak meminati membaca, mereka tidak berpeluang untuk berhadapan dengan bahan-bahan yang membuka fikiran untuk memahami nilai murni. Kajian ini dilihat berkesan dalam membuat perbandingan dalam mengukur aspek penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar di sekolah pinggir bandar dan sekolah luar bandar.

Poh Swee Hiang pada tahun 1993 meneroka *Persepsi Pelajar-Pelajar Perintis KBSM Terhadap Nilai-Nilai Murni Dari Segi Kepentingan Dan Amalan*. Dapatan kajian menunjukkan bahawa terdapat korelasi dalam susunan peningkatan nilai murni dari segi kepentingan atau amalan antara kumpulan pelajar lelaki dengan pelajar perempuan. Kajian ini meninjau tanggapan pelajar sekolah menengah terhadap kepentingan amalan nilai murni. Kebanyakan pelajar mengakui bahawa banyak kepentingan dan kelebihan nilai murni dari sudut penghayatan dan pengamalannya. Meskipun begitu, agak sukar untuk menilai dan mengukur tahap pengamalan nilai murni.

Nazeri dan Nour Azira pada tahun 2001 dalam kajian *Pelaksanaan Nilai Murni Merentasi Kurikulum Di Kuittho : Satu Kajian Di Kalangan Pensyarah Fakulti Teknologi Kejuruteraan* bertujuan mengenal pasti, sama ada pensyarah-

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

pensyarah di institusi pengajian tinggi awam di Malaysia menerapkan nilai murni dalam proses pengajaran dan pembelajaran mereka. Kajian ini menggunakan kaedah soal selidik dan prosedur deskriptif. Hasil kajian menunjukkan para pensyarah memberikan keutamaan dalam menerapkan ciri-ciri penghayatan etika kebangsaan dan nilai moral yang murni dalam pengajaran dan pembelajaran di bilik kuliah. Kesimpulannya, kajian ini dapat membantu pihak institusi pengajian tinggi dalam meningkatkan proses penerapan nilai etika kebangsaan dan nilai moral yang murni dalam merentasi kurikulum akademik melalui proses P&P di bilik kuliah.

Manakala kajian *Amalan Nilai Murni Di Kalangan Pelajar: Satu Kajian Di Terengganu Darul Iman* oleh Ab.Rahman Bin Mahmud dan Amidin Bin Zin pada tahun 2003 bertujuan mengkaji tahap amalan nilai murni dalam kalangan pelajar. Dapatan kajian menunjukkan bahawa tahap amalan nilai murni dalam kalangan pelajar masih di tahap sederhana, iaitu terdapat tujuh nilai amalan di tahap rendah dalam kalangan pelajar lelaki dan lima dalam kalangan pelajar perempuan, iaitu nilai kerjasama, kerajinan, rasional, keadilan, berdikari dan kasih sayang. Selain itu, beberapa cadangan dikemukakan dalam kajian ini bagi meningkatkan amalan nilai murni antaranya melalui pendekatan pengajaran dan pembelajaran dan kerjasama sosial. Cadangan yang dikemukakan dalam kajian ini lebih menjurus kepada strategi pengajaran dan pembelajaran di kelas sahaja tanpa melihat keseluruhan potensi dan bakat pelajar secara keseluruhan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Mohamad Ngah dan Sharifah Fakhriah (2003) dalam kajian *Amalan Nilai Murni Di Kalangan Pelajar Sekolah Menengah* mendapati tahap amalan nilai murni pelajar masih sederhana dan rendah walaupun pelbagai usaha penerapan telah dijalankan. Kajian ini menggunakan kaedah borang soal selidik untuk guru dan pelajar. Secara keseluruhannya, pengkaji merasakan kajian ini wajar dilaksanakan untuk mengesan hubungan pelaksanaan amalan nilai murni dalam Perkhidmatan Bimbingan dan Kaunseling bagi membolehkan usaha dijalankan untuk meningkatkan lagi tahap keberkesanannya. Malahan, kajian ini dapat melihat peranan dan usaha yang dimainkan oleh Perkhidmatan Bimbingan dan Kaunseling dalam menerapkan amalan nilai murni dalam kalangan pelajar di sekolah.

Kajian *Tahap Penghayatan Nilai-Nilai Murni Di Kalangan Pelajar-Pelajar Sarjana Muda Teknologi serta Pendidikan Semasa Menjalankan Kerja Amali Bengkel* oleh Yahya Buntat dan Rozita Sanapi dalam *Jurnal Teknologi Disember* pada tahun 2003 meninjau tahap penghayatan nilai murni para pelajar Sarjana Muda Teknologi Serta Pendidikan (Kemahiran Hidup) di Universiti Teknologi Malaysia semasa menjalani kerja amali di bengkel. Maklumat kajian diperolehi melalui soal selidik. Hasil kajian mendapati para pelajar tersebut mempunyai tahap penghayatan yang tinggi dan bersikap positif. Walau bagaimanapun, beberapa aspek nilai murni didapati mendapat peratus penghayatan yang rendah dan perlu diberi perhatian semasa proses

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

pembelajaran dijalankan. Malahan, beberapa cadangan telah dikemukakan bagi memantapkan lagi amalan penghayatan nilai murni yang telah dilaksanakan.

Kajian *Amalan Nilai Murni Di Kalangan Guru Bimbingan Dan Kaunseling Dalam Perkhidmatan Bimbingan Dan Kaunseling Sekolah Menengah* oleh Salema Ahmad pada Ogos 2006 bertujuan meninjau hubungan amalan nilai murni dalam Perkhidmatan Bimbingan dan Kaunseling sekolah menengah di daerah Kota Bharu, Kelantan. Kajian ini mengaplikasikan kaedah tinjauan dengan menggunakan dua set soal selidik untuk guru Bimbingan dan Kaunseling serta pelajar. Dapatan kajian menunjukkan bahawa penyerapan amalan nilai murni telah berlangsung dalam Perkhidmatan Bimbingan dan Kaunseling. Namun begitu, kajian yang lebih mendalam untuk mengesan tahap keberkesanan penyerapan nilai murni dalam Perkhidmatan Bimbingan dan Kaunseling di sekolah menengah masih diperlukan. Hal ini berlaku kerana, kajian yang dilakukan adalah peringkat awal yang tidak dapat menggambarkan keseluruhan populasi pelajar.

Kajian *Kepentingan Nilai-Nilai Murni: Satu Tinjauan Di Kalangan Pelajar-Pelajar Tingkatan Satu, Dua Dan Empat Di Sekolah Menengah Kebangsaan (Laki-Laki) Methodist Sentul Kuala Lumpur* oleh Teh Siew Hui pada April 2007 bertujuan mengenal pasti tahap pemahaman, penghayatan dan pengamalan nilai murni dalam kalangan pelajar. Pengkaji menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian dan dianalisis dengan menggunakan SPSS

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Window Versi 11.5 serta dikemukakan dalam bentuk frekuensi dan peratusan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa sebanyak 90.6 peratus yang memahami nilai murni. Manakala tahap penghayatan nilai murni adalah lebih tinggi daripada tahap pemahaman nilai murni dan tahap amalan nilai murni pula adalah paling rendah.

Ini menunjukkan bahawa tahap amalan nilai murni masih berada di tahap yang perlu diperbaiki lagi pada masa akan datang. Walau bagaimanapun, metodologi kajian yang digunakan tidak dapat menggambarkan secara holistik dan tepat mengenai amalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar tersebut. Dalam hal ini, dapatan kajian hanya menunjukkan peratusan tahap penghayatan dan pemahaman secara peratusan sahaja tanpa mengaplikasikan sebarang teori yang konkrit.

Kajian *Aplikasi Nilai-Nilai Murni Dalam Kalangan Usahawan Ke Arah Pembangunan Usahawan Muslim Yang Holistik* oleh Shuhairimi bin Abdullah pada Oktober 2008 mengupas kepentingan nilai murni yang perlu dihayati dan diaplikasi oleh golongan usahawan muslim. Nilai Islam akan menzahirkan ciri-ciri yang positif seperti keadilan, kesaksamaan, kebaikan, persaudaran, kasih sayang dan memelihara kepentingan umum seperti yang telah termaktub dalam al-Quran dan al-Sunnah. Kesimpulannya, kajian ini wajar menumpukan aspek kaedah dan pendekatan nilai murni dalam konteks usahawan berjaya menurut perspektif Islam.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Rumusan daripada perbincangan di atas, pengkaji mendapati bahawa pengamalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar sebagai sampel utama banyak dijalankan dalam kajian sebelum ini. Kebanyakan dapatan kajian mendapati tahap pengamalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan masyarakat terutamanya para pelajar di sekolah masih di tahap yang rendah. Selain itu, dapatan kajian sebelum ini banyak menunjukkan data yang berbentuk statistik, peratusan, kekerapan dan min dalam menggambarkan tahap pengamalan dan penghayatan nilai murni. Malahan, kajian sebelum ini lebih tertumpu kepada institusi pendidikan, iaitu sekolah dan institusi pendidikan tinggi berbanding institusi atau organisasi lain.

b) Strategi dan pendekatan

Tajul (1989) pula telah membuat kajian mengenai *Nilai-Nilai Murni Merentasi Sains Dalam KBSM.* Kajian beliau mendapati bahawa kaedah inkuiri yang digunakan dalam pengajaran sains KBSM mendorong pelajar melakukan aktiviti dan cuba menyelesaikan masalah sendiri. Melalui cara ini, beberapa nilai murni seperti berdikari, berani, rasional, baik hati dan sebagainya dapat diterapkan. Beliau juga menekankan akhlak sains perlu ditegaskan kepada pelajar bagi menghasilkan ahli sains yang cemerlang, jujur, menghormati hak asasi dan mempertahankan kebenaran. Kajian ini cuba mengetengahkan aspek keseimbangan antara nilai murni dan fenomena sains yang logik dan kritis. Malah, kajian ini cuba memberi penekanan kepada guru matapelajaran sains

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

agar cuba mendidik pelajar akan ilmu sains yang mampu mengungkap kebenaran logik bersama nilai murni.

Zalina Abd Rahman pada 1990 meninjau pula *Perlaksaan Penerapan Nilai Murni Dalam KBSM*. Di samping itu, Amlahj Mohd Salleh pada tahun 1994 meneliti *Penerapan Nilai-Nilai Murni Di Dalam Bilik Darjah* dengan membincangkan isu dan strategi pendidikan guru yang unggul. Kedua-dua kajian ini memfokuskan kaedah dan strategi dalam melaksanakan penerapan amalan nilai murni menerusi institusi pendidikan, iaitu sekolah dengan memberi penekanan terhadap peranan dan tanggungjawab guru dalam menjalankan proses P&P di dalam kelas. Walau bagaimanapun, kaedah dan teknik yang didedahkan dalam kajian mereka adalah kaedah lama yang sukar mencapai matlamat yang diharapkan.

Buku *Nilai Dan Etika Dalam Perkhidmatan Awam* pada tahun 1991 dari Institut Tadbiran Awam Negara (INTAN) menjadi tauladan dalam usaha kerajaan menanam nilai murni dalam perkhidmatan awam seperti nilai amanah, bertanggungjawab, ikhlas, dedikasi, sederhana, tekun, bersih, bersiplin, bekerjasama, berbudi mulia dan bersyukur. Tumpuan kajian terhadap buku tersebut adalah dalam Bab Empat: *Penghayatan Nilai-Nilai Murni Dalam Perkhidmatan Awam*. Penerbitan buku ini adalah salah satu usaha kerajaan dalam menanam nilai murni dalam kalangan penjawat awam dalam perkhidmatan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Jabatan Pendidikan Kuliyyah Ilmu Wahyu dan Sains Kemanusian, Universiti Islam Antarabangsa Malaysia pada 1998 menjalankan kajian *Keberkesanan Strategi Pengajaran Dan Pembelajaran Dalam Penyerapan Nilai-Nilai Murni.* Kajian ini menumpukan kaedah yang berkesan dalam usaha memupuk amalan nilai murni dalam proses P&P, sesuai dengan potensi dan tahap keberhasilan pelajar supaya kaedah yang digunakan mampu mencapai matlamat yang diharapkan.

Nor Hashimah (2000) melalui kajiannya tentang *Penerapan Nilai Murni Melalui Pengajaran Mata Pelajaran Bahasa Melayu Di Sekolah Rendah* mendapati bahawa guru berada dalam keadaan dilema kerana masyarakat hanya menilai pencapaian akademik pelajar dan bukan melihat nilai yang terterap dalam pengajaran di sekolah. Kajian ini turut mendedahkan kaedah dan teknik yang boleh digunakan oleh guru di sekolah dalam menerapkan nilai murni dalam pengajaran bahasa Melayu secara tidak langsung dalam proses P&P. Oleh yang demikian, adalah wajar kajian seterusnya dijalankan bagi menjelaskan fenomena dan mengubah persepsi masyarakat.

Kajian *Nilai-Nilai Murni Dalam Pendidikan: Menghadapi Perubahan dan Cabaran Alaf Baru* oleh Abd Rahim Abd Rashid pada tahun 2001 tertumpu pada nilai murni dalam penggubalan kurikulum, pendekatan pengajaran dan pembelajaran, pembangunan sekolah, pembentukan sahsiah, moral, tingkah laku dan pembudayaan individu. Selain itu, beberapa teori seperti Teori Budaya,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Teori Perkembangan Tingkah Laku, Teori Perubahan Sosial dan Personaliti dibincangkan dalam konteks pembangunan nilai murni. Beliau menyimpulkan bahawa pengaruh dan peranan nilai sebagai asas utama bagi mencorakkan perubahan, perkembangan dan kedinamikan pembangunan insan. Misalnya, perubahan pendekatan pengajaran dan pembelajaran sambil menerapkan nilai murni oleh guru sekolah melalui beberapa teori yang dilihat amat bersesuaian dalam mengaitkan tingkah laku dan psikologi pelajar.

Selain itu, kajian *Penerapan Nilai Murni Melalui Pembelajaran-Kooperatif dalam Sains* oleh Nor Azizah Salleh dan Siti Rahayah Ariffin Musa Daia pada tahun 2001 mendapati Pembelajaran Koperatif dalam Sains dapat menerapkan nilai murni, iaitu bekerjasama, berdikari, kasih sayang, kebersihan mental, kebersihan fizikal, kejujuran, kerajinan dan rasional. Alat kajian yang digunakan adalah soal selidik pelajar, pemerhatian guru dan temu bual pelajar. Kaedah kuasi eksperimen dijalankan dengan mengambil dua buah kelas dari setiap sekolah untuk dijadikan sampel kajian . Hasil kajian menunjukkan semua nilai murni dapat diterapkan secara signifikan tetapi bilangan nilai murni yang diterapkan adalah berbeza antara sekolah. Kajian ini membuktikan mata pelajaran sains dapat menerapkan nilai murni melalui kaedah pembelajaran koperatif.

Hardianah Salleh pada tahun 2003 mengkaji *Penerapan Nilai-Nilai Murni Melalui Genre Puisi Moden Berdasarkan Teks Sehijau Warna Daun*

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Tingkatan 1 dengan mengaitkannya dalam pembentukan sahsiah pelajar. Dapatan kajian mendapati kefahaman para pelajar tentang nilai murni berdasarkan antologi itu amat memberangsangkan. Kajian ini mengadaptasikan genre puisi yang memerlukan para guru untuk menjelaskan aspek semantik dan pragmatik dalam setiap bait puisi di samping kaya dengan pelbagai nilai murni kepada pelajar.

Selain itu, Rohaida Abdul Rahim pada tahun 2003 meneliti Kajian *Penerapan Nilai-Nilai Murni Dalam Prosa Tradisional Melayu Komsas Tingkatan 4* melalui Antologi Anak Laut dan kaitannya dengan pembentukan sahsiah pelajar. Dapatan kajian mendapati bahawa nilai murni dalam antologi tersebut berupaya membantu dalam pembentukan sahsiah pelajar melalui Ujian-T. Pengkaji merasakan prosa tradisional dapat mendidik pelajar akan kepentingan amalan nilai murni yang sesuai dijadikan contoh yang baik dalam pembentukan sahsiah pelajar selain kaya dengan unsur estetika.

Kusom Yamirudeng dari Universiti Pendidikan Sultan Idris pada 2005 dalam *Kajian Mengajar Nilai Murni Melalui Cerita Rakyat Di Wilayah Sempadan Thailand Selatan (WSTS)* adalah mengenai cerita rakyat yang dapat digunakan dalam mengajarkan nilai murni melalui mata pelajaran Bahasa Melayu untuk murid di sekolah. Tiga sumber, iaitu melalui temuduga lisan dengan ahli masyarakat Selatan, bahan bacaan bercetak dan melalui internet adalah kaedah yang digunakan dalam mengutip data kajian. Secara

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

keseluruhannya, cerita rakyat mempunyai nilai murni dan sesuai digunakan sebagai bahan mengajar bahasa pada peringkat awal, iaitu nilai baik hati yang bersifat universal seperti sikap belas kasihan, bertimbang rasa, sifat murah hati, saling faham memahami dan sedia memaafkan. Kajian ini dapat memanfaatkan hasil kesusasteraan, iaitu cerita rakyat yang dapat diaplikasikan dalam menerapkan nilai murni kepada pelajar selain kaedah sebelum ini yang kerap biasa digunakan.

Robiah K. Hamzah (2011) menyatakan penerapan nilai murni melalui pengajaran bahasa Melayu di sekolah menengah berasaskan KBSM dan kaedah penerapan nilai oleh guru melalui proses pengajaran dan pembelajaran boleh dilakukan dengan menggunakan pelbagai alat seperti bahan penulisan kreatif dan model contohan seseorang individu. Hasil kajian mendapati pelaksanaan penerapan 16 nilai murni dalam pelajaran Bahasa Melayu di sekolah menengah selalu diterapkan melalui pelbagai jenis nilai murni seperti berdikari, hormat-menghormati, semangat kerjasama dan banyak lagi. Kesimpulannya, kajian ini menunjukkan bahawa pendidikan nilai sangat penting sebagai sebahagian daripada kandungan kurikulum sekolah dalam proses pendidikan. Kajian ini amat baik dalam memaparkan kaedah dan strategi berkesan dalam menerapkan nilai oleh para guru di sekolah.

Kepentingan Nilai dalam Pendidikan oleh Nashmad Mohd dalam *Dewan Bahasa* terbitan November 2011 memperlihatkan tujuan penerapan nilai

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

adalah untuk mempengaruhi diri individu dengan nilai tertentu yang berbentuk universal dan mutlak yang difikirkan baik dan sesuai. Nilai yang dimaksudkan oleh penulis ialah nilai murni. Kesimpulannya, penulis menyatakan usaha penerapan nilai murni ini perlu dilakukan pada peringkat awal proses sosialisasi, iaitu semasa pelajar berada pada peringkat persekolahan, selain penerapan nilai yang diterapkan oleh ibu bapa di rumah. Hal ini berlaku kerana, penerapan nilai murni pada usia tersebut adalah amat sesuai kerana lebih mudah diterapkan pada usia yang muda. Maka, kajian ini boleh dikatakan bahawa aspek nilai tidak boleh dinafikan lagi amat penting untuk diterapkan kepada diri pelajar.

Kajian-kajian yang menyentuh persepsi guru terhadap pelaksanaan penerapan nilai murni secara langsung di Malaysia ialah kajian *Pelaksanaan Pendidikan Akhlak Di Sekolah Menengah Agama* yang dijalankan oleh sekumpulan penyelidik yang terdiri daripada pensyarah Universiti Putra Malaysia (UPM) diketuai oleh Rahman Aroff (1994), Musak Mantrak (1993), Rushani Abdullah (1991), Nagerwerarav (1989) dan kajian Arlene Bastian (1980) bertujuan mendapatkan persepsi dan pandangan para guru terhadap pelaksanaan pendidikan moral dalam bilik darjah.

Manakala dapatan kajian Bastian pada tahun 1980 bertajuk *Persepsi Guru Terhadap Pendidikan Moral Di Beberapa Sekolah Pilihan* dan kajian Nageswerarav Ramanmoorty pada tahun 1989 bertajuk *Persepsi Guru Sekolah*

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Rendah Terhadap Pendidikan Moral di Daerah Klang meninjau persepsi guru terhadap pendidikan moral di sekolah. Kedua-dua kajian di atas mendapati guru melaksanakan penerapan nilai secara tidak langsung dalam pengajaran dan pembelajaran di dalam kelas. Di samping itu, terdapat juga guru tidak mendapat pendedahan tentang kaedah dan teknik mengajar pendidikan moral secara teratur dan terancang menyebabkan pelaksanaan penerapan nilai tidak mencakupi sepenuhnya dengan berkesan.

Kajian Rushani Abdullah pada tahun 1991 terhadap *Pelaksanaan Pengajaran Bahasa Melayu Menggunakan Bahan Sastera* menunjukkan bahawa guru tidak dapat menjalankan penerapan nilai yang terdapat dalam bahan sastera, iaitu cerpen yang digunakan sebagai bahan pengajaran bahasa Melayu secara berkesan disebabkan guru kurang pengetahuan dan kemahiran. Oleh itu, kajian tersebut menyatakan bahawa para guru perlu lebih kreatif dalam menggunakan teknik yang lebih berkesan dalam penerapan nilai melalui bahan sastera yang tidak dinafikan mengandungi banyak nilai murni.

Sementara itu, kajian Musa Mantrak pada tahun 1993 mengkaji *Persepsi Guru Terhadap Pelaksanaan Penerapan Nilai Dalam KBSM* mendapati guru mempunyai pengetahuan tentang konsep penerapan nilai dan berkeupayaan untuk melaksanakan penerapan nilai pengajaran. Namun, kebanyakan guru menggunakan kaedah secara tidak langsung dan kurang terancang untuk menerapkan nilai pada bahagian akhir proses pengajaran dan pembelajaran.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Oleh itu, adalah wajar kajian seterusnya dilakukan bagi memikirkan kaedah dan strategi yang sesuai dan terancang dalam menerapkan nilai murni dalam proses pengajaran dan pembelajaran di kelas.

Hasil Kajian Rahman Aroff dan rakan-rakan pada tahun 1994 bertujuan untuk mendapatkan pandangan guru terhadap pelaksanaan pendidikan akhlak di sekolah menengah agama. Kajian ini mendapati sebahagian besar guru tidak mendapat pendedahan yang mencukupi untuk melaksanakan nilai dalam pengajaran mengikut keperluan KBSM. Hasil kajian menunjukkan bahawa daripada 16 nilai murni dalam KBSM, hanya lima nilai yang paling kerap diterapkan, iaitu hormat, rajin, berdikari, kerjasama dan jujur. Pengkaji juga menyuarakan pandangan beliau, iaitu para guru harus dilatih dan didedahkan mengenai perlaksanaan nilai dalam proses P&P.

Kajian berkenaan dengan nilai turut diperkatakan dalam perbincangan ini dari pengkajian luar negara. Menurut Frost (1979), nilai merupakan persoalan yang sudah lama dibincangkan orang seawal tamadun dunia manusia pernah diketahui. Ahli falsafah Yunani sebelum Plato dan Aristotle seperti Herachlitus (539-470 S.M) misalnya, telah membahaskan persoalan nilai baik dan buruk. Beliau telah mengembangkan idea tentang baik buruk sebagai dua tenaga yang wujud dua hala dalam keadaan yang harmoni. Menurut beliau, nilai yang baik dapat membantu manusia dalam memilih jalan hidup dan tingkah laku yang seimbang.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Anyon (1979) menyatakan sekolah adalah agen sekunder yang memainkan peranan penting dalam membentuk sistem nilai kepada kanak-kanak. Bagi beliau, buku teks merupakan alat utama yang memberikan pengolahan dan pemindahan nilai-nilai sosial dan politik. Oleh itu, buku teks memberi penekanan dalam memancarkan sesuatu ideologi nilai yang menjadi pegangan dominan dalam sesebuah masyarakat. Kajian ini amat mementingkan buku teks dalam menerapkan nilai kepada pelajar. Maka, kajian ini memberi penekanan akan penerbitan buku teks yang bermutu dan berkualiti dalam mengarap nilai-nilai positif dalam diri pelajar.

Dalton, Healy dan More (1985) mendapati dalam kajiannya, nilai baik merupakan matlamat utama yang diperlukan dalam perkembangan individu pelajar. Maka, suatu kaedah pengajaran yang bersistematik diperlukan bagi mencapai matlamat tersebut. Ini bermakna perancangan dan strategik yang baik adalah penting dalam memupuk nilai murni di sekolah. Pengkajian ini juga menyatakan bahawa nilai baik yang didapati di sekolah diperlukan dalam perkembangan potensi dan intelek serta tingkah laku pelajar selain peranan ibu bapa di rumah.

Iheoma (1985) pula telah mengenal pasti bahawa latar belakang pembentukan nilai seseorang berkait rapat dengan agama yang dianutinya, perubahan yang berlaku pada sesuatu kebudayaan, sikap seseorang individu dan keadaan sesuatu kelompok masyarakat itu sendiri. Menurutnya, pendidikan nilai

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

murni di sesetengah masyarakat dianggap sesuatu yang kudus. Manakala di sesetengah negara membangun pula pendidikan nilai murni ini telah diberikan perhatian yang serius dalam mengekang perubahan sosial yang berlaku dengan drastik. Dalam hal ini, pengkaji dapat membuat perbandingan mengenai pendidikan nilai murni bagi beberapa buah negara yang membangun dengan negara yang mundur. Dapatan kajian menyatakan perbandingan tingkah laku dan sosial seseorang individu di negara membangun dengan mundur adalah berbeza akibat sentimen budaya dan kepercayaan agama yang dipengang oleh masyarakat negara itu sendiri.

Manakala Mehran (1989) menjelaskan bahawa sekolah memainkan peranan penting dalam pemupukan sistem nilai kepada kanak-kanak melalui kurikulum, guru, buku teks, persekitaran sekolah dan aktiviti kokurikulum. Pembentukan nilai murni pelajar pada asasnya adalah bermula dari rumah dan kepentingan sistem pendidikan di sekolah juga turut menekankan pemupukan nilai murni. Kajian ini ada menyatakan bahawa beberapa aspek yang dinyatakan harus digabung jalin agar usaha penerapan nilai menampakkan hasil yang berkesan kerana sistem pendidikan merupakan langkah dan medium paling awal dan sesuai dijalankan.

Secara keseluruhannya, kajian yang dibuat oleh pengkaji terdahulu lebih ke arah kaedah dan pendekatan dalam menerapkan nilai murni melalui institusi pendidikan, iaitu peranan guru dan alat bantu mengajar di sekolah. Selain itu,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

pengkajian dalam negara terhadap aspek nilai oleh pengkaji terdahulu lebih kepada nilai positif, hati budi dan budi bahasa masyarakat Melayu untuk diterapkan kepada golongan pelajar. Dalam erti kata lain, penyelidikan terdahulu lebih menjurus kepada penerapan nilai di dalam bilik darjah melalui proses pengajaran dan pembelajaran di sekolah dalam pelbagai subjek yang diajar. Oleh itu, peranan guru amat ditekankan agar aspek penerapan nilai dalam kalangan pelajar berkesan dan berjaya dijalankan.

c) Analisis kandungan

Terdapat juga kajian yang memperjelaskan unsur nilai murni dalam karya sastera tanah air. Antaranya, ialah Hashim Awang (1985) dalam buku *Mendekati Kesusasteraan Melayu* mengatakan hasil kesusasteraan itu mesti menerapkan unsur dan nilai murni yang dapat diteladani oleh pembaca dan masyarakat. Karya sastera tidak dinafikan lagi kaya dengan pelbagai nilai murni yang baik cuma tinggal untuk dipupuk dan digarapkan agar menjadi satu nilai dan pegangan serta amalan masyarakat. Pengkaji turut menyatakan karya sastera yang baik adalah karya yang mampu menjadi tauladan dan sumber nasihat kepada masyarakat selain sarat dengan unsur estetika.

Bagi Kamarudin Hj. Husin (1988) dalam *Buku Kaedah Pengajaran Kesusasteraan* berpendapat bahawa karya sastera memiliki unsur tersirat. Karya sastera bukan sebagai hiburan semata-mata malah lebih membicarakan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

pendidikan moral. Sastera dianggap sebagai alat untuk menerapkan nilai murni bagi mengukir watak-watak manusia yang berbudi pekerti. Maka, dapat dikatakan bahawa buku tersebut amat baik dalam memberi perincian kaedah dan teknik yang lebih terkini dalam pemupukan nilai murni melalui pengajaran sastera.

Sementara pendapat Muhammad Hj. Salleh (1989) dalam penulisannya *Unsur-Unsur Teori Dalam Kesusteraan Melayu Dan Nusantara* menyatakan sastera mendidik masyarakat memiliki beratus-ratus nilai, moral dan petunjuk yang lain. Dalam hal ini, pengkaji mengemukakan beberapa teori dalam kesusasteraan Melayu yang mana setiap satunya menekankan aspek nilai yang baik sebagai wadah mendidik dan menasihati masyarakat. Malahan, penulisan beliau berjaya menggarap beberapa sorotan dan perkembangan sastera tanah air secara umum.

Aziz Awang dalam tesisnya *Nilai-Nilai Murni Dalam Puisi Melayu Moden Penyair Tionghua* pada tahun 1993 menyelongkar nukilan-nukilan puisi oleh penulis kreatif berbangsa Tionghua seperti Lim Swee Tin, Cheng Poh Hock, Lee Cheong Beng, Siow Siew Sing dan Lee Keok Chin yang banyak menerapkan pelbagai tema dan menyelitkan nilai murni di dalam puisi-puisi ciptaan mereka melalui pelbagai tema dan persoalan seperti cinta dan kasih, kemanusiaan, keperibadian yang luhur. Rumusanya, kajian ini menunjukkan kekreatifan penyair berpuisi di samping mendidik masyarakat menghayati nilai

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

murni. Walau bagaimanpun, didapati puisi-puisi yang dihasilkan tidak menunjukkan kesemua nilai murni yang dikemukakan oleh KPM dalam semua matapelajaran di sekolah. Oleh itu, pengkaji merasakan ciptaan puisi haruslah memikirkan kesemua nilai murni yang telah digariskan dalam KBSR dan KBSM agar membantu para pelajar memahami nilai murni dengan mudah.

Raeman Abdullah pada tahun 1993 mengkaji *Nilai-Nilai Murni Dan Estetik Dalam Puisi Tradisioanal Melayu* berfokuskan kepada genre pantun. Kajian ini membuktikan genre pantun amat kaya dengan pelbagai unsur nilai murni yang amat baik untuk diterapkan dalam kecemerlangan diri pelajar. Malah, karya pantun yang kini kurang mendapat tempat di hati masyarakat adalah tidak patut dilupakan kerana pantun sarat dengan pelbagai estetika, iaitu keindahan bahasa yang mampu menggambarkan nilai dan budaya bangsa serta merupakan warisan tanah air yang amat berharga.

Omar Mamat pada tahun 1995 dalam kajian *Nilai-nilai Moral Dalam Novel Remaja* memberi tumpuan kepada nilai moral positif dan nilai moral negatif. Huraian dan penekanan nilai yang dipilih dalam novel remaja tersebut adalah menyentuh mengenai tema dan kaitannya dengan novel-novel remaja berlandaskan 16 nilai moral yang dicadangkan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) seperti berilmu pengetahuan, berketrampilan, berakhlak mulia, bertanggungjawab dan berkeupayaan mencapai kesejahteraan diri serta memberi sumbangan kepada agama, masyarakat dan negara. Hasil kajian ini,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

memberi panduan kepada pengarang, pendidik dan golongan remaja sendiri khususnya dalam membentuk sikap, sesuai dengan inspirasi negara pada masa hadapan. Maka, dapat disimpulkan kajian ini juga menjadikan panduan kepada sasterawan tanah air dalam melahirkan karya kreatif, iaitu novel remaja yang berkualiti untuk diaplikasi dalam memenuhi hasrat dan matlamat negara.

Rosnaini Haji Mahmud pada tahun 1998 menyelidik *Nilai-Nilai Murni Dalam Filem Bukit Kepong Dan Penggunaan Filem Dalam Pengajaran*. Kajian ini mengadaptasi genre media, iaitu Filem Bukit Kepong dalam menerapkan nilai murni kepada pelajar selain sarat dengan nilai sejarah tanah air. Pengkaji berpandangan bahawa para guru perlu menggunakan pelbagai kaedah dan teknik selain buku teks, iaitu cara yang sudah lama digunakan sebelum ini. Malah, kajian ini menyatakan filem merupakan medium yang kreatif dan berkesan dengan animasi, grafik, audio dan sebagainya yang mampu menarik perhatian pelajar.

Jumali Selamat pada tahun 2001, menjalankan kajian berjudul *Cerminan Sosial dan Nilai Murni dalam Novel-novel Remaja.* Kajian ini bertujuan untuk mendapat maklumat dan rumusan tentang cerminan sosial dan penerapan nilai murni dalam novel-novel remaja. Pemilihan 25 novel dijadikan bahan kajian dengan menggunakan Teori Pencerminan dan Pengkaedahan Melayu. Kajian mendapati bahawa novel dapat mengetengahkan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan dan keperluan novelis serta masa depan remaja.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Seterusnya, penelitian tertumpu kepada penganalisisan nilai murni yang memaparkan sifat-sifat terpuji, berbudi pekerti, bersopan santun dan berakhlak mulia yang mampu melahirkan generasi berilmu dan syumul. Walau bagaimanapun, kajian ini turut menunjukkan bahawa kebanyakan novel-novel remaja yang diterbitkan tidak memenuhi kesemua nilai murni yang telah digariskan oleh pihak KPM.

Malahan, kajian *Nilai Murni Dalam Buku Teks Bahasa Melayu KBSM Tingkatan 4* oleh Fazilah Mohd Jailani pada tahun 2005 menganalisis nilai murni dalam *Buku Teks KBSM bahasa Melayu Tingkatan 4.* Tujuan utama kajian ini untuk mengetahui jumlah nilai murni yang terdapat dalam buku teks dan menunjukkan nilai semangat bermasyarakat mempunyai kekerapan tertinggi diikuti nilai usaha, rasional dan kewarganegaraan. Kajian berbentuk deskriptif ini menggunakan tujuh rencana tema daripada sebelas unit pembelajaran dalam *Buku Teks KBSM Bahasa Melayu Tingkatan 4* sebagai sampel. Kesimpulannya, *Buku Teks KBSM Bahasa Melayu Tingkatan 4* tidak dapat menerapkan kesemua nilai murni secara seimbang kerana pemilihan bahan rencana tema yang kurang tepat. Maka, kajian ini dapat menunjukkan bahawa *Buku Teks KBSM bahasa Melayu Tingkatan 4* perlu diperbaiki mutu dan kualiti kandungannya supaya benar-benar dapat mencakupi keseluruhan nilai yang telah dikemukakan oleh KPM dan seterusnya menerapkan nilai murni kepada pelajar.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Kajian *Nilai-Nilai Murni Dalam Peribahasa Dan Pengajarnya Di Sekolah Menengah* oleh Thalatha Zaitun Mohd Lazim pada tahun 2005 bertujuan untuk mencari nilai murni yang terdapat dalam peribahasa yang dipilih, iaitu *Kamus PTS, Kamus Peribahasa Kontemporari 2004.* Kajian ini menggunakan reka bentuk deskriptif bagi menjelaskan sesuatu fenomena. Dapatan kajian menunjukkan nilai murni rasional paling banyak ditemui dalam bidalan berdasarkan set nilai murni yang dikeluarkan oleh KPM 1998 (17 komponen). Manakala dari segi menerapkan nilai murni dalam pengajaran peribahasa masih tidak menampakkan keberkesanannya kerana guru masih mengamalkan kaedah lama yang hanya bergantung kepada buku teks dan buku kerja. Kajian ini menunjukkan bahawa para guru perlu lebih kreatif dan kritis dalam menggunakan alat bantu mengajar di dalam sesi pengajaran dan pembelajaran mereka sesuai dengan situasi dan fenomena pelajar masa kini.

Norita Ariffin pada tahun 2006 dalam kajiannya *Nilai Budi Masyarakat Melayu Dalam Pantun* melihat nilai budi masyarakat Melayu dalam *Kumpulan Pantun Bingkisan Permata* terbitan Yayasan Karyawan (2001). Pengkaji menggunakan Teori Pengkaedahan Melayu oleh Hashim Awang dan mendapati hampir semua pantun memaparkan nilai murni yang diterapkan secara langsung atau tidak langsung. Melalui pemilihan bait pantun yang menarik memperlihatkan nilai estetika atau keindahan yang mengandungi unsur dan persoalan nilai budi yang mencerminkan budaya dan identiti masyarakat

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Melayu. Dalam hal ini, pengkaji lebih menumpukan nilai, budaya dan adat resam masyarakat Melayu melalui pantun.

Sementara itu, kajian *Budi Bahasa Budaya Kita* oleh Izatul Bahiyah Haji Abdul Manap pada tahun 2007 memberi tumpuan kepada nilai murni yang terdapat dalam Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Warisan (KEKKWA) dan hubung kait dengan pantun Melayu. Di samping itu, kajian ini bertujuan mengenal pasti pantun-pantun yang sesuai dengan 45 nilai murni, kepentingan budi bahasa dan peranan pantun dalam pembentukan modal insan. Pengkaji menggunakan al-Quran dan Hadis sebagai rujukan utama dan Teori Warisan sebagai teori kedua dalam kaedah kajian. Dapat dirumuskan, kajian ini merupakan kajian yang baik kerana dapat mengaplikasikan dua teori yang berbeza, iaitu menunjukkan perbezaan dan perbandingan antara kelebihan al-Quran dan Hadis dengan Teori Warisan ciptaan manusia. Maka, kajian ini dapat dikatakan lengkap dan padat pengisian teorinya kerana pengkaji berjaya menggarapkan kedua aspek tersebut.

Kajian *Nilai-Nilai Dari Perspektif Masyarakat Melayu Dalam Karya Agung Sejarah Melayu* oleh Mat Zin Manun pada tahun 2009 adalah mengenai nilai kemasyarakatan yang terkandung dalam karya agung Sejarah Melayu yang diusahakan oleh W.G Shellabear. Kaedah kajian yang menggunakan analisis kandungan menyatakan nilai kemasyarakatan yang ditonjolkan ialah nilai budaya, nilai falsafah, nilai agama dan nilai murni. Dalam pada itu, dapatan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

kajian ini adalah salah satu usaha memartabatkan Sejarah Melayu sebagai hasil Kesusasteraan Melayu dalam usaha mendokumentasi dan mengimbau kembali kehebatan budi pekerti bangsa Melayu pada zaman dahulu. Kajian ini menunjukkan bahawa nilai kemasyarakatan yang terkandung dalam Sejarah Melayu banyak berunsurkan nilai, norma dan budaya masyarakat Melayu ketika itu.

Kajian *Tinjauan Nilai Murni KBSM Dalam Novel KOMSAS Peringkat Menengah Rendah* oleh Noraslan Norasim pada tahun 2010 adalah kajian ke atas *Novel Kapten Hassan Wirabangsa (KHWB)* yang bertujuan untuk membuktikan novel tersebut adalah benar-benar menepati kehendak kurikulum nilai murni KBSM atau sebaliknya. Kajian ini menggunakan Teori Nilai, iaitu Teori Sosiolisasi dan Teori Perkembangan Moral dan Etika. Kaedah kajian adalah bacaan novel tersebut dilakukan berulang-kali dan data-data berkaitan kehendak kajian telah dikumpulkan dan dicatatkan dengan menggunakan lima borang kajian dan satu senarai semak nilai murni KBSM. Dapatan kajian membuktikan dan diterima sebagai teks KOMSAS dalam novel layak menyalurkan nilai kepada pelajar seperti kerajinan, kasih sayang, kerjasama, tolong-menolong dan sebagainya. Kajian ini berjaya mengaplikasikan Teori Nilai dalam pengajaran bahasa Melayu, iaitu Teori Nilai sebelum ini banyak digunakan dalam menilai dan mengkaji sahsiah dan tingkah laku pelajar.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Kajian mengenai *Menjana Umat Gemilang Melalui Amalan Nilai Murni* seperti yang termaktub dalam Hati Budi Melayu oleh Hashim bin Musa dan Rozita Che Rodi pada 2010 dalam *Jurnal Aswara* menunjukkan dua puluh enam (26) teras hati budi Melayu yang menjadi asas kekuatan peribadi dan masyarakat Melayu yang merupakan modal insan yang unggul, handal dan tangkas dalam pembinaan peradaban. Hasil kajian mendapati dua puluh enam (26) teras hati budi Melayu mempunyai tiga sifat utama, iaitu budi pekerti dan adab sopan yang mulia, budi bahasa budi bicara yang santun, bernas dan berwibawa dan hati budi yang tinggi dan bijaksana. Kajian ini memberikan panduan dan landasan dalam melahirkan masyarakat Melayu yang unggul pada masa kini. Walau bagaimanapun, kajian ini hanya menumpukan sosiobudaya masyarakat Melayu berbanding masyarakat lain sedangkan budi pekerti perlu dipupuk dalam melahirlakan modal insan yang unggul.

Chew Pong Feng dalam kajian *Penerapan Nilai-nilai Murni Menerusi KOMSAS dalam Sistem Pendidikan Malaysia* pada tahun 2010 meninjau pemupukan dan penghayatan nilai murni masyarakat Malaysia yang terdapat dalam agama, tradisi dan adat resam pelbagai kaum. Kajian ini membataskan kepada 16 nilai murni yang terkandung dalam tiga buah skrip drama dalam *Antologi Anak Laut Tingkatan IV,* iaitu *Serunai Malam* karya Usman Awang, *Titik-titik Perjuangan* drama Kala Dewata dan *Seri Nara* hasil Shaharom Husain yang mempunyai tema semangat patriotisme dan cinta akan tanah air.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Dapatan kajian menunjukkan bahawa pelajar lelaki Melayu dari kelas atasan memperoleh nilai min yang lebih tinggi daripada pelajar perempuan bukan Melayu dari kelas menengah atau bawahan. Oleh itu, nilai murni dalam sastera harus diguna pakai secara meluas dalam sistem pendidikan kebangsaan untuk membentuk perasaan toleransi dan mendekatkan nilai tersebut dalam kelompok etnik yang berbeza. Pengkaji menggunakan teknik skrip drama dalam KOMSAS sebagai pemupukan nilai murni di samping meningkatkan penghayatan karya sastera. Maka, kajian ini amat baik dapat membuktikan bahawa sastera kaya dan sarat dengan pendidikan nilai yang amat diperlukan oleh para pelajar.

Pada tahun 2011, Noor Aina Dani menulis artikel bertajuk *Aplikasi Kaedah Analisis Kandungan: Gambaran Budi Bahasa Dan Nilai Murni Orang Melayu Dalam Buku Malay Courtesy* dalam *SARI: Jurnal Alam dan Tamadun Melayu* memaparkan amalan budi bahasa orang Melayu dalam kehidupan seharian di sekitar tahun 1950-an dengan menggunakan kaedah analisis kandungan. Penulis mendapati bahawa budi bahasa orang Melayu dimanifestasi menerusi tatatertib, perbuatan kebajikan, bersopan santun, kelakuan, tutur kata, dan kebijaksanaan. Maka, dapat dikatakan orang Melayu mempunyai sistem nilai dan budaya yang baik dan perlu dibanggakan kerana tidak dinafikan lagi kaya dengan kesantunan dan budi bahasa yang tinggi.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Kajian pada tahun 2012 oleh Ani Hj. Omar mengenai *Nilai Murni 1 Malaysia Dalam Kumpulan Puisi Merenung Jendela Hidup* karya Syed Hamid Albar dalam bukunya *Apresiasi Teori Kesusasteraan Melayu* menyentuh kepada nilai murni 1 Malaysia yang diungkapkan melalui apresiasi bahasa dalam puisi Melayu. Kajian ini mendapati puisi menimbulkan keindahan dan mampu membangkitkan rasa perpaduan dan kerjasama antara masyarakat berbilang kaum kerana puisi sarat dengan nilai kemanusiaan. Antara nilai murni 1 Malaysia yang mampu diungkap dalam kajian ini ialah rendah hati, ketabahan, kesetiaan, integriti dan sebagainya. Nilai murni yang dinyatakan adalah amat penting dalam mewujudkan keharmonian masyarakat berbilang kaum seperti Malaysia.

Penulisan oleh Hashim Hj. Musa pada Januari 2012 dalam Jurnal *GEMA Online* berjudul *Hati Budi Melayu: Kajian Keperibadian Sosial Melayu Ke Arah Penjanaan Melayu Gemilang* adalah kajian berdasarkan puisi Melayu tradisional yang menyentuh simpulan bahasa, pepatah dan pantun Melayu. Sehubungan itu, Hashim Hj. Musa telah menubuhkan 26 teras hati budi Melayu untuk mengukur sejauh mana keakuran atau penyimpangan teras hati budi Melayu dalam kalangan orang Melayu kini. Hasil penyelidikan awal menunjukkan bahawa orang Melayu masih ada agama, nilai murni dan ilmu tetapi masih lemah dari segi didikan yang menyebabkan kerosakan dalam tingkah laku dan budi pekerti. Oleh yang demikian, daya usaha bagi pemupukan kembali 26 teras hati budi diperlukan pada masa kini demi menjana dan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

membina masyarakat Melayu yang gemilang. Kajian ini menjadi panduan dan landasan dalam melahirkan masyarakat Melayu yang unggul dalam pembinaan etika dan sosial.

Rumusanya, pengkaji mendapati aspek nilai murni banyak dikaji menggunakan analisis kandungan dengan berdasarkan buku teks, karya kreatif seperti cerpen dan novel dan genre puisi seperti pantun dan sajak moden misalnya sebagai bahan utama. Kebanyakan mereka lebih berminat memilih karya kreatif seperti novel dan cerpen dalam menyelongkar nilai murni untuk diterapkan kepada sampel yang dipilih.

Berdasarkan perbincangan di atas, secara keseluruhannya ramai pengkaji terdahulu menjuruskan kajian mereka kepada nilai murni dalam kalangan pelajar sebagai bahan utama kajian. Pengkaji mendapati tahap amalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan masyarakat, terutamanya para pelajar di negara ini adalah masih di tahap yang rendah. Manakala, kajian terhadap penerapan nilai oleh guru di dalam bilik darjah turut banyak yang dilakukan oleh pengkaji sebelum ini. Penerapan nilai yang dimaksudkan ialah nilai-nilai positif dan baik untuk diterapkan di sekolah.

Dalam erti kata lain, kajian berkenaan dengan nilai murni dan penerapan nilai banyak menumpukan kepada aspek strategik dan pendekatan. Kajian-kajian sebelum ini dilakukan sebagai salah satu usaha bagi meningkatkan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

amalan nilai murni dalam kalangan pelajar. Dalam hal ini, ramai pihak berpendapat bahawa peranan yang dimainkan oleh pihak guru dan institusi pendidikan merupakan langkah yang paling bijak dan sangat sesuai dilakukan. Oleh itu, banyak usaha perlu dilakukan secara berterusan dan konsisten supaya aspek nilai murni boleh diperbaiki pada masa hadapan. Ini bermakna, pengkaji terdahulu mengakui bahawa terdapat kekurangan dan kelompongan terhadap strategik dalam menerapkan nilai murni kepada masyarakat, khasnya para pelajar. Dalam hal ini, pengkaji merasakan adalah perlu suatu usaha difikirkan dalam melihat pendekatan dan strategik yang lebih kritis dan inovatif dilakukan.

Walau bagaimanapun, pengkaji merasakan terdapat kelompongan kerana agak sukar untuk menilai dan menentukan tahap pengamalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar. Hal ini berlaku kerana, amalan nilai murni ini memerlukan usaha dan inisiatif berterusan tanpa menilai dan mengambil kira sesuatu aspek sahaja untuk tempoh masa yang singkat tetapi melihat kepada keseluruhan aspek dalam diri pelajar yang memerlukan jangka masa panjang. Selain itu, kajian mengenai nilai murni juga perlu dilihat melalui institusi kekeluargaan, iaitu peranan ibu bapa yang melibatkan beberapa aspek seperti faktor agama, budaya, taraf ekonomi dan sebagainya.

Kajian amalan dan penghayatan nilai murni boleh dinyatakan kajian lepas tidak memperlihatkan pentaksiran amalan dan penghayatan itu diukur menggunakan teori hanya berdasarkan data yang berbentuk statistik, peratusan,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

amalan nilai murni dalam kalangan pelajar. Dalam hal ini, ramai pihak berpendapat bahawa peranan yang dimainkan oleh pihak guru dan institusi pendidikan merupakan langkah yang paling bijak dan sangat sesuai dilakukan. Oleh itu, banyak usaha perlu dilakukan secara berterusan dan konsisten supaya aspek nilai murni boleh diperbaiki pada masa hadapan. Ini bermakna, pengkaji terdahulu mengakui bahawa terdapat kekurangan dan kelompongan terhadap strategik dalam menerapkan nilai murni kepada masyarakat, khasnya para pelajar. Dalam hal ini, pengkaji merasakan adalah perlu suatu usaha difikirkan dalam melihat pendekatan dan strategik yang lebih kritis dan inovatif dilakukan.

Walau bagaimanapun, pengkaji merasakan terdapat kelompongan kerana agak sukar untuk menilai dan menentukan tahap pengamalan dan penghayatan nilai murni dalam kalangan pelajar. Hal ini berlaku kerana, amalan nilai murni ini memerlukan usaha dan inisiatif berterusan tanpa menilai dan mengambil kira sesuatu aspek sahaja untuk tempoh masa yang singkat tetapi melihat kepada keseluruhan aspek dalam diri pelajar yang memerlukan jangka masa panjang. Selain itu, kajian mengenai nilai murni juga perlu dilihat melalui institusi kekeluargaan, iaitu peranan ibu bapa yang melibatkan beberapa aspek seperti faktor agama, budaya, taraf ekonomi dan sebagainya.

Kajian amalan dan penghayatan nilai murni boleh dinyatakan kajian lepas tidak memperlihatkan pentaksiran amalan dan penghayatan itu diukur menggunakan teori hanya berdasarkan data yang berbentuk statistik, peratusan,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

min dan kekerapan sahaja. Hal ini berlaku kerana, kebanyakan dapatan kajian hanya menunjukkan bahawa tahap pengamalan dan penghayatan nilai murni berada di tahap yang rendah, sederhana atau tinggi. Dapatan kajian seperti ini dilihat menjadi satu tred kepada pengkaji lepas tanpa menggunakan sebarang teori sebagai pengukuhan kajian. Berbanding dengan kajian ini, pengkaji mengaplikasikan Teori Relevans bagi menjelaskan aspek nilai murni melalui pendekatan analisis kandungan. Selain itu, kajian stategi dan pendekatan yang digunakan masih belum dapat menjadi kayu ukur dalam melihat amalan nilai murni dalam masyarakat kerana masih bersifat analisis permukaan bukan secara kristis. Malahan, kajian analisis kandungan yang lalu banyak menumpukan kepada karya kreatif seperti novel dan cerpen.

Karya kreatif seperti novel dan cerpen memerlukan pembacaan dan pengayaan yang lama, iaitu memerlukan tempoh masa yang panjang untuk menghayati nilai murni yang diungkapkan berbanding karya kreatif iklan televisyen yang merupakan iklan pendek yang disiarkan di televisyen. Walaupun jangka masa tayangan disiarkan hanya beberapa minit tetapi kekerapan tayangan di televisyen adalah tinggi. Selain itu, pembacaan karya kreatif seperti novel dan cerpen hanya menjurus kepada golongan tertentu seperti orang dewasa dan para pelajar menengah atas sahaja. Dalam erti kata lain, bukan semua golongan masyarakat terpanggil untuk membaca karya kreatif ini berbanding dengan iklan yang lebih terdedah dan terbuka luas untuk semua golongan menonton iklan televisyen.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Hujahan ini dapat disokong melalui satu kajian terhadap golongan belia di Malaysia menunjukkan bahawa golongan belia menghabiskan masa mereka selama kira-kira 32.6 jam setiap hari melakukan aktiviti yang berkaitan media seperti menonton televisyen, melayari internet, mendengar radio dan membaca majalah. Kanak-kanak pula telah menghabiskan kira-kira 5.3 jam di sekolah, 3.3 jam di internet, 2.5 jam untuk menonton televisyen, 1.3 jam dengan telefon dan 6.8 jam untuk tidur. Lebih daripada dua pertiga (71 peratus) daripada responden mengatakan bahawa mereka menonton televisyen dan melayari internet pada masa yang sama (www.malaysiakini.com).

Perbincangan di atas turut diakui oleh Zulkiple (1997), iaitu beberapa kajian skala kecil yang dilakukan oleh Persatuan Pengguna Pulau Pinang dan pelajar komunikasi Universiti Sains Malaysia mendapati bahawa secara puratanya, setiap kanak-kanak menonton televisyen dua hingga tiga jam sehari pada hari biasa dan tiga hingga empat jam pada hari minggu. Fomca juga mendedahkan, kajian dibuat pada tahun 2005 membabitkan penggunaan peralatan berskrin seperti televisyen, komputer dan telefon bimbit mendapati golongan muda menghabiskan 73 peratus masa lapang mereka untuk menonton televisyen. (2010, April 20).

Berdasarkan perbincangan di atas, dapat dirumuskan bahawa masyarakat kini lebih terdedah dan terpengaruh dengan kecanggihan media massa seperti saluran televisyen. Maka, adalah wajar untuk pengkaji merebut peluang untuk

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

menjalankan kajian berkenaan dengan aspek nilai murni berdasarkan analisis kandungan, iaitu iklan televisyen. Pengkaji merasakan kelebihan yang terdapat pada iklan televisyen mampu menerapkan nilai murni kepada masyarakat hari ini.

2.1.2 Iklan

Kajian tentang genre iklan sudah lama bertapak di Malaysia seiring dengan kemajuan dan kecanggihannya dalam meniti arus kemodenan semasa. Berdasarkan pemerhatian dan pembacaan pengkaji, terdapat kajian berkenaan dengan genre iklan oleh pengkaji sebelum ini yang berjaya ditemui. Oleh itu, dalam bab ini pengkaji berupaya mengupas sorotan literatur dari dua terma, iaitu perseptif iklan dan analisis kandungan.

a) Perspektif Iklan

Ng Yen Lee dalam kajiannnya *Satu Pengamatan Terhadap Periklanan Televisyen Fokus Pada Iklan-Iklan Di TV3* pada tahun 1989 meninjau trend atau aliran periklanan televisyen masa kini dan membincangkan penajaan rancangan televisyen sebagai satu cara mengiklan, jenis tajaan dan rancangan yang ditaja. Kajian ini juga melihat kod etika periklanan RTM serta kod periklanan Malaysia (ASA) sama ada dipatuhi dalam amalan pengiklanan televisyen dan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

imej masyarakat Malaysia. Kajian ini dilihat wajar dapat melihat dan menilai sejauh mana aliran periklanan televisyen dapat mematuhi garisan dan peraturan seperti yang ditetapkan oleh kod periklanan Malaysia (ASA).

Pada tahun 1993, kajian dilakukan oleh Yusof Maniso bertajuk *Pengaruh Iklan Televisyen Terhadap Pemupukan Dan Pengukuhan Budaya Popular Di Kalangan Masyarakat Bandar* yang melihat fenomena pengaruh iklan dan kaitannya dengan pemupukan dan pengukuhan unsur-unsur budaya popular dalam masyarakat bandar. Kajian ini turut meninjau bagaimana iklan yang ditayangkan di televisyen dapat memupuk dan seterusnya mengekalkan budaya popular. Dapatan kajian mendapati unsur kemewahan paling ketara diikuti keriangan dan terakhir kebahagiaan melalui dapatan kajian yang dihasilkan. Unsur-unsur ini menjadi trend dalam budaya popular masyarakat bandar dalam melihat pengaruh iklan televisyen berbanding aspek nilai murni dan moral yang patut dipentingkan. Rumusanya, kajian ini dapat dianggap kajian yang baik kerana dapat melihat pengaruh iklan dalam membawa impak sehingga menjadi satu budaya dalam masyarakat kini.

Sementara itu, kajian *Moral Dalam Iklan Media Cetak: Tumpuan Terhadap Majalah Jelita Jan-Jun 1996* oleh Norhana Ismail pada tahun 1996/1997 menilai reaksi khalayak terhadap iklan majalah dan aspek moral dalam iklan. Kajian ini juga mengemukakan batasan-batasan dalam industri periklanan dari segi pengawalan pihak kerajaan dan pertubuhan-pertubuhan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

bukan kerajaan. Hasil kajian diharapkan dapat memberi manfaat terhadap pembangunan moral masyarakat dan mencetuskan usaha ke arah membentuk identiti industri periklanan negara lebih bermoral dan meletakkannya di tempat yang lebih wajar selain penumpuan diberikan kepada aspek moral yang perlu diselitkan dalam penerbitan iklan majalah.

Mohamad Md Yusuff dan Kamaliah Hj Siarap dalam buku *Iklan dan Masyarakat* pada tahun 1999, mengatakan periklanan sebagai salah satu cabang seni dan satu bentuk komunikasi yang terdapat ciri-ciri ilmu sains dan perniagaan serta dianggap sebagai cerminan sosial dalam masyarakat. Kesan dan pengaruhnya terhadap masyarakat hari ini amat kuat hingga melibatkan unsur-unsur positif dan negatif kepada pelbagai aspek budaya, sosio, ekonomi dan sebagainya. Kajian ini tidak dapat menafikan lagi peranan iklan dalam memberi pengaruh dan impak yang tinggi kepada masyarakat pada masa kini terutama dalam aspek budaya dan sosial.

Kajian *Persepsi Wanita Islam Luar Bandar Terhadap Penggunaan Wanita Dalam Iklan Di Televisyen* lakukan oleh Azizah Mohd Shah@Khalid dari Universiti Teknologi Malaysia pada April 2008. Kajian ini dijalankan untuk mengetahui persepsi wanita Islam luar bandar terhadap penggunaan wanita dalam iklan di televisyen. Kajian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan set soal selidik sebagai instrumen kajian dan data yang diperolehi dianalisis dengan menggunakan perisian *Statistical Packages for the Social*

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Science (SPSS) bagi mendapatkan kekerapan, peratusan dan min. Dapatan kajian menunjukkan persepsi wanita Islam luar bandar terhadap iklan di televisyen berada pada tahap yang tinggi diikuti dengan persepsi wanita Islam luar bandar terhadap penggunaan wanita di dalam iklan berada di tahap sederhana dan tahap kesedaran wanita Islam luar bandar terhadap penggunaan wanita di dalam iklan berada pada tahap yang tinggi. Kajian ini dapat dikatakan baik kerana dapat membuat perbandingan dalam mengetahui sejauh mana peranan dan penggunaan wanita dalam penerbitan iklan televisyen.

Rumusanya, aspek pengamatan dan tanggapan masyarakat terhadap genre periklanan tanah air banyak dijadikan tumpuan dan fokus kajian pengkaji sebelum ini dengan mengambil kira aspek sosiobudaya masyarakat Malaysia secara umum. Dapatan kajian mendapati kebanyakan masyarakat menerima baik iklan-iklan yang disiarkan di media cetak mahupun elektronik. Namun, terdapat juga kajian yang menunjukkan keburukan iklan kepada masyarakat. Pengkaji merasakan sememangnya perlu lebih banyak kajian dan usaha dijalankan dalam memartabatkan industri periklanan tanah air agar segala persepsi dan tanggapan mengenainya dapat merubah tradisi iklan dan diletakkan serta dipandang pada kedudukan yang sewajarnya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

b) Strategik dan Format

Kajian *Persembahan Iklan Televisyen : Satu Analisis Terhadap Format Iklan Di TV3* oleh Nor Aziyani Sahri pada tahun 1998/1999 menganalisis kreativiti iklan dari segi persembahan dan format iklan seperti demontrasi, secebis kehidupan, juru cakap, gaya hidup, fantasi, serta *computer graphic* antara format iklan yang dipaparkan di televisyen seterusnya memaparkan kepentingan format iklan. Secara keseluruhannya, kajian ini melihat kreativiti iklan dari segi persembahan dan format penerbitan iklan di Malaysia. Kajian ini hanya menjurus kepada format iklan tanpa meneliti sedikitpun perihal pemyampaian mesej.

Kaye dan Medoff (1999) telah mengemukakan model komunikasi massa internet yang menghasilkan perubahan-perubahan kepada model komunikasi massa tradisional menjadikan media internet begitu diminati. Dapatan kajian memaparkan keistimewaan media internet yang mendorong organisasi-organisasi perniagaan untuk menyenaraikan media ini sebagai satu alat komunikasi pemasaran yang baik. Malahan, internet dilihat sebagai suatu bentuk media yang berkebolehan lain dari media yang ada, iaitu berkeupayaan mewujudkan corak perniagaan serta pembelian yang lebih spesifik dan interaktif dalam situasi kini.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Mohd Helmi bin Abd. Rahim menulis *Pengiklanan Internet Di Malaysia: Masalah Dan Cabaran* dalam *Prosiding Seminar Kebangsaan E-Komuniti* pada tahun 2005 menyatakan kedatangan media internet telah membawa banyak perubahan kepada model-model komunikasi yang ada sebelum ini. Selain itu, hasil penulisan beliau menyentuh tentang aspek cabaran yang dihadapi oleh medium iklan di intenet. Walaupun begitu, beliau tidak menyangkal iklan intenet terdapat kebaikan, iaitu kini diminati oleh masyarakat dalam periklanan produk dan perkhidmatan.

Penulisan bertajuk *Pengiklanan Strategik: Jenama Global Di Malaysia* oleh Mohd Helmi Abd. Rahim, Maizatul Haizan Mahbob & Wan Idros Wan Sulaiman dalam *Jurnal Komunikasi, Malaysia* pada tahun 2009. Dalam kajian ini, 200 iklan komersial telah dianalisis kandungannya. Kajian ini menggunakan konstruk budaya pengguna dan model strategik kreatif global. Dapatan kajian menunjukkan bahawa entiti komersial di Malaysia banyak mengambil pendekatan identiti budaya lokal dan global dalam pelaksanaan kreatif pengiklanan mereka, berbanding pendekatan kreatif asing. Malah, pendekatan kreatif pengiklanan yang bersifat glokal sudah digunakan. Selain itu, terdapat unsur standardisasi Asia yang turut ditemui dalam kajian ini. Kajian ini dilihat bagus dalam melihat unsur tempatan dan antarabangsa menerusi iklan komersial.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

c) Analisis Kandungan

Kajian *Analisis Persembahan Dan Kandungan Maklumat Iklan Kanak-Kanak Di Televisyen* oleh Lee Soo Hoon pada tahun 1994/1995 meneliti kategori barangan kanak-kanak yang diiklankan di televisyen dan mengkaji persembahan iklan kanak-kanak di televisyen dari segi panjang, format, watak, teknik serta mengenal pasti trend persembahan semasa yang dikemukakan dalam iklan kanak-kanak. Malahan, kajian ini dilakukan untuk mengkaji jenis-jenis maklumat yang dikemukakan dalam iklan kanak-kanak di televisyen, iaitu bersifat informatif dan hubungan antara sifat informatif serta panjang iklan kanak-kanak di televisyen. Kajian ini dapat dikatakan baik dalam melihat maklumat-maklumat yang dimasukkan dalam iklan kanak-kanak haruslah bersesuaian. Namun kekurangan kajian ini tidak memfokuskan unsur fositif, iaitu nilai murni dan moral yang amat penting diterapkan kepada kanak-kanak sebagai contoh ikutan.

Rahmah Ismail pada tahun 1996 dalam kajian beliau berjudul *Kesalahan Bahasa Dalam Iklan Media Cetak* menggunakan kaedah pemerhatian dan analisis wacana untuk menilai dan melaksanakan analisis ke atas bahasa-bahasa iklan yang dipilih. Kajian ini bertujuan menilai sejauh mana iklan media cetak menepati sistem nahu bahasa Melayu, mengenal pasti bentuk-bentuk bahasa yang terdapat dalam iklan perniagaan dan mengenal pasti punca yang menyebabkan berlakunya penyalahgunaan bahasa dalam iklan media cetak.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Dapatan kajian mendapati bahawa terdapat banyak iklan-iklan yang diterbitkan tidak mengikut sistem nahu bahasa Melayu yang betul. Kesimpulannya, kajian ini memberi panduan kepada penerbitan periklanan di Malaysia supaya mengurangkan kesalahan bahasa dalam iklan media cetak.

Penulisan oleh Chuah Ju Nah pada tahun 1998 bertajuk *Kajian Sosiolinguistik Bahasa Iklan Cetak Dengan Tumpuan Kepada Aspek Retorik* mengkaji 'bahasa istimewa' yang terdapat dalam iklan cetak. Kajian ini bertujuan untuk meneliti kehadiran unsur retorik dan sosiolinguistik 'bahasa istimewa' tersebut serta menganalisis retorik dengan tumpuan kepada gejala linguistik dan fungsi-fungsinya dalam bahasa iklan cetak kepada gejala perkataan, frasa atau ayat dan bahasa kiasan. Malahan, pengkaji memberi tumpuan kepada gejala etos dan patos dilakukan dalam bahasa iklan cetak. Maka, dapat disimpulkan bahawa kajian ini lebih menumpukan bahasa retorik yang menjadi trend dan aliran dalam iklan cetak. Secara totalnya, kajian ini dapat melihat penggunaan unsur retorik yang mampu menarik perhatian pengguna dalam mencapai matlamat promosi, keuntungan dan melariskan jualan.

Kajian *Penerapan Unsur Positif Dalam Iklan Di Televisyen:Tumpuan Terhadap 4 Skop Unsur* oleh Aflah Omar pada 1998/1999 membincangkan aspek positif dalam iklan televisyen dengan menumpukan kepada empat skop unsur positif, iaitu kasih sayang, persahabatan, kekeluargaan dan perpaduan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

melalui video dan audio dalam iklan Telekom, Maxis Mobile, Mcdonald's dan sebagainya. Kajian ini juga menyentuh pengawalan iklan oleh pihak-pihak tertentu supaya iklan-iklan yang disiarkan dapat memberi manfaat kepada individu dan masyarakat. Kesimpulannya, kajian ini adalah sangat wajar dan penting kerana iklan sering diberi gambaran negatif sehingga sumbangan iklan dipandang sepi oleh segelintir masyarakat.

Selain itu, *Komunikasi Ke Arah Perpaduan Bangsa: Kajian Ke Atas Iklan Di Televisyen Mengenai Mesej-Mesej Kebudayaan Kebangsaan* oleh Norhasliza Zainal pada tahun 1998/1999 mendekati peranan iklan di Malaysia dalam menjalankan fungsi untuk menyampaikan mesej-mesej Kebudayaan Kebangsaan. Malahan, kajian ini memaparkan peranan Kementerian Penerangan Malaysia yang memperkenalkan 'kod etika iklan' agar dapat memberi panduan kepada periklanan di Malaysia supaya nilai positif dalam iklan dapat disampaikan kepada penonton. Pengkaji merasakan kajian ini amat penting dalam menyampaikan mesej berunsurkan kenegaraan dan semangat cintakan negara bagi memupuk sentimen budaya masyarakat majmuk untuk keharmonian dan kemajuan negara.

Manakala pada tahun 2000, Jamil Yakyah melakukan kajian mengenai *Laras Bahasa Iklan: Retorik dan Semantik.* Kajian ini mendapati bahawa penggunaan bahasa yang betul dapat mengelakkan berlakunya kekaburan makna dalam iklan. Kajian ini dibuat dengan penelitian terhadap aspek konteks.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Kajian ini amat baik kerana dapat memberi panduan kepada industri periklanan dalam menerbitkan iklan yang bermutu dalam menyampaikan makna yang jelas dan berkesan untuk difahami kepada masyarakat. Walau bagaimanapun, pengkaji dilihat tidak memberi tumpuan kepada aspek implikatur dan eksplikatur yang sememangnya wujud dalam masalah kekaburan makna yang tersirat.

Sementara Siti Saniah Abu Bakar menjalankan kajian ke atas *Retorik Dalam Wacana Iklan Radio* pada tahun 2008. Berdasarkan teknik rakaman audio, iklan dirakam selama tiga bulan untuk dianalisis kandungan teks berdasarkan pendekatan Retorik Antara Perorangan yang telah dikemukakan oleh Leech (1993). Kajian ini membuktikan bahawa pendekatan tersebut dapat diguna pakai dan dimanfaatkan dalam mengkaji retorik dalam wacana iklan radio. Dapatan kajian menunjukkan bahawa iklan radio berbahasa Melayu telah bertapak dengan kukuh dalam pembinaan retoriknya tanpa mengabaikan kesopanan dan kebudayaan masyarakat Melayu. Melalui kajian ini membuktikan kekuatan bahasa Melayu turut memainkan peranan dalam menjana pertumbuhan ekonomi negara melalui genre iklan.

Bahasa Iklan Dalam Akhbar Tamil Malaysia: Satu Kajian Deskriptif oleh Mariasomalia, Yokammal pada tahun 2008. Kajian ini berfokus kepada aspek gaya bahasa iklan dalam akhbar Tamil Malaysia. Pengkaji telah menggunakan kaedah tinjauan dan kaedah analisis wacana dalam kajian ini.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Data dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif serta disampaikan secara deskriptif. Dapatan kajian menunjukkan percampuran kod dan penukaran kod kerap berlaku dalam iklan akhbar Tamil Malaysia yang melibatkan bahasa Inggeris dan bahasa Malaysia. Dapatan kajian menunjukkan ayat perintah dan penyata lebih banyak digunakan berbanding dengan ayat tanya dan ayat seruan. Selain itu, penggunaan bahasa prosodi dan bahasa figuratif juga amat ketara. Pengkaji juga mendakwa para pengiklan menggunakan pelbagai teknik pengiklanan dan kaedah pemujukan dalam akhbar Tamil Malaysia.

Berdasarkan pemerhatian ke atas kajian analisis kandungan iklan, didapati bahawa analisis banyak dilakukan dalam media cetak seperti majalah, buku dan surat khabar oleh kebanyakan pengkaji sebelum ini. Kebanyakan mereka lebih menganalisis kepada aspek bahasa, iaitu linguistik dan wacana.

Berdasarkan perbincangan kajian di atas menunjukkan genre periklanan televisyen di Malaysia menunjukkan satu perubahan positif, iaitu banyak memaparkan mesej yang mengandungi nilai yang baik kepada masyarakat. Kajian-kajian sebelum ini banyak menggunakan kaedah analisis kandungan ke atas media cetak seperti majalah, buku dan surat khabar sebagai metodologi kajian dalam menganalisis data kajian. Malahan, kajian sebelum ini lebih kepada aspek bahasa, iaitu linguistik dan wacana serta strategik dan format periklanan secara umum bagi meningkatkan mutu industri periklanan tanah air dengan menyentuh aspek kreativiti dan keberkesanan iklan dalam mencapai

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

matlamat iklan tanpa banyak membincangkan mesej dan makna yang disampaikan di sebalik iklan tersebut secara kritis dan intelektual.

Kekurangan kajian sebelum ini ialah pengkaji terdahulu kurang memfokuskan lebih mendalam jenis dan saluran-saluran iklan yang ada di Malaysia dalam pengkajian mereka. Kebanyakan mereka melihat genre iklan dan industri periklanan secara umum. Dalam pada itu, pengkaji dapat mengesan bahawa kajian mengenai aspek semantik dan pragmatik, iaitu unsur implikatur, retorik, imbiguiti dan masalah ketaksaan bahasa kurang dibincangkan dalam kajian terdahulu. Ini bermakna kajian lepas tidak banyak membincangkan mengenai aspek mesej dan makna yang disampaikan di sebalik iklan tersebut secara kritis dan intelektual.

Oleh itu, dapat dirumuskan bahawa kajian terhadap nilai murni ke atas iklan televisyen terbitan KKMM masih kurang dilakukan oleh pengkaji sebelum ini. Hal ini berlaku kerana mungkin kurang pendedahan mengenai iklan televisyen keluaran KKMM ditayangkan di televisyen. Melalui perbincangan dan kupasan di atas, kajian ke atas genre iklan dalam melihat aspek nilai murni adalah masih kurang. Oleh itu, adalah wajar kajian ini dilakukan bagi menambah lagi penyelidikan.

Dalam konteks kajian ini, pengkaji menumpukan aspek nilai murni yang terdapat iklan televisyen terbitan KKMM. Pengkaji mengaplikasikan genre

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

iklan sebagai medium utama dalam menerapkan nilai murni kepada semua lapisan masyarakat. Pengkaji memilih genre iklan sebagai sampel utama dalam kajian ini kerana mendapati masyarakat hari ini mudah terpengaruh dengan iklan-iklan yang ditayangkan di televisyen kerana medium televisyen merupakan media massa amat dekat dengan masyarakat. Malahan, apa yang lebih penting di sini pengkaji merasakan kajian ini dapat membantu memberi kesedaran terhadap pihak yang terlibat dalam industri periklanan tanah air akan peri pentingnya menyampaikan makna yang jelas dan berkesan kepada penonton supaya dapat mengurangkan masalah ketaksaan, ambiguiti dan sebagainya di sebalik iklan yang diterbitkan.

2.2 16 nilai murni oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994)

Secara keseluruhannya, nilai murni merupakan nilai positif yang boleh diterima oleh pelajar dan masyarakat. Dalam aspek pendidikan, penerapan nilai murni pertama kali secara rasmi diberi penekanan melalui Laporan Kabinet (Laporan Mahathir 1979) pada tahun 1989. Semasa Datuk Sri Anwar Ibrahim menjadi Menteri Pendidikan Malaysia, beliau membuat pernyataan mengenai Falsafah Pendidikan Negara (FPN) dan Kurikulum Bersepadu Sekolah Menengah (KBSM) yang menyelitkan isu-isu nilai murni untuk diterapkan kepada para pelajar dan guru-guru di sekolah.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Malahan, konsep ini adalah selari dan bertepatan dengan Dasar Pendidikan Kebangsaan iaitu pendidikan di Malaysia adalah suatu usaha berterusan ke arah lebih memperkembangkan potensi individu secara menyeluruh dan bersepadu untuk melahirkan insan yang seimbang dan harmonis dari segi intelek, rohani, emosi dan jasmani berdasarkan kepercayaan dan kepatuhan kepada Tuhan. Usaha ini adalah bertujuan untuk melahirkan warganegara Malaysia yang berilmu pengetahuan, berketerampilan, berakhlak mulia, bertanggungjawab dan berkeupayaan mencapai kesejahteraan diri serta memberikan sumbangan terhadap keharmonian dan kemakmuran keluarga, masyarakat dan negara.

Dalam Falsafah Pendidikan Negara melalui KBSR dan KBSM adalah diharapkan generasi muda yang dididik mempunyai asas Dasar Pendidikan Kebangsaan di samping kukuh amalan nilai murninya. Falsafah tersebut menggambarkan bahawa matlamat dan hasrat pendidikan negara tidak akan terlaksana tanpa asas, membina dan memperkembangkan pendidikan atas landasan nilai murni. Falsafah ini direalisasikan dalam KBSR dan KBSM yang digubal dan dilaksanakan pada tahun 1988 bertujuan untuk memberikan penekanan kepada pembangunan potensi individu secara menyeluruh dan holistik.

Dalam konteks kajian ini, pengkaji mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

yang dikeluarkan oleh KPM (1994). Pemilihan 16 nilai murni dalam kajian ini adalah amat bersesuaian sebagai landasan yang memudahkan masyarakat terutamanya para pelajar untuk memahami nilai murni seperti mana yang telah dipelajari dalam sukatan KBSR dan KBSM di sekolah.

Penegasan bagi 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994) adalah seperti berikut:

1. Baik Hati

- Sikap sentiasa mengambil berat terhadap perasaan dan kebajikan orang lain secara tulus ikhlas.

2. Berdikari

- Kebolehan dan kesanggupan melakukan sesuatu tanpa bergantung kepada orang lain.

3. Hemah Tinggi

- Berbudi pekerti dengan tingkah laku mulia dan lemah lembut yang patut diamalkan oleh seseorang individu dalam hubungannya dengan ahli masyarakat.

4. Hormat Menghormati

- Menghargai dan memuliakan seseorang dan institusi sosial dengan memberi layanan yang sopan

Kasih Sayang

- Perasaan cinta, kasih sayang yang mendalam dan berkekalan, lahir dari hati yang rela terhadap sesuatu, tanpa sebarang unsur kepentingan diri.

-

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

5. Keadilan

- Perlakuan, pertuturan dan keputusan yang saksama serta tidak berat sebelah.

6. Kebebasan

- Kebebasan yang tertakluk kepada peraturan dan undang-undang yang ditentukan oleh agama, masyarakat dan negara.

7. Keberanian

- Kesanggupan seseorang untuk menghadapi cabaran dengan yakin dan tabah hati yang perlu ada pada setiap orang.

8. Kebersihan Fizikal dan Mental

- Kebersihan fizikal ialah kebersihan diri dan kebersihan persekitaran. Kebersihan mental pula merangkumi pertuturan, perlakuan, pemikiran dan kerohanian.

9. Kejujuran

- Sikap dan perlakuan yang menunjukkan niat baik, amanah dan ikhlas tanpa mengharapkan sebarang balasan.

10. Kerajinan

- Usaha berterusan yang penuh semangat ketekunan, kecekalan, kegigihan, dedikasi dan daya usaha dalam melakukan sesuatu perkara.

11. Kerjasama

- Usaha baik dan membina yang dilakukan secara bersama pada peringkat individu, komuniti, masyarakat atau negara untuk mencapai sesuatu matlamat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

12. Kesederhanaan

- Sikap yang tidak keterlaluan dalam membuat pertimbangan dan tindakan sama ada dalam pemikiran, pertuturan atau perlakuan supaya sesuai dengan norma dan nilai masyarakat.

13. Kesyukuran

- Perasaan dan perlakuan yang dilahirkan secara ikhlas di atas nikmat dan kesenangan yang diperolehi seperti berterima kasih, mengenang budi dan penghargaan.

14. Rasional

- Boleh berfikir berdasarkan alasan dan bukti yang nyata dan dapat mengambil tindakan yang sewajarnya tanpa dipengaruhi oleh perasaan.

15. Semangat Bermasyarakat

- Kesediaan melakukan sesuatu untuk kepentingan bersama bagi mewujudkan keharmonian hidup dalam masyarakat.

2.3 Teori

Menurut *The New Shorter Oxford English Dictionary, Sixth Edition* (2007), teori didefinisikan sebagai satu skema atau sistem idea atau pernyataan yang dipegang sebagai penjelasan tentang sesuatu kumpulan atau fenomena. Dalam erti kata lain, Grbich (2003) menjelaskan teori dibentuk melalui penerokaan ke atas sesuatu fenomena dengan mengenal pasti dan meneliti perhubungan di

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

antara konsep di sekitar fenomena dan seterusnya pembentukan kerangka, iaitu sesuatu komen boleh dibuat. Dalam kajian ini, pengkaji memilih Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986).

2.3.1 Teori Relevans

Teori Relevans telah diperkenalkan bagi menggantikan Teori Grice. Teori Relevans merangkumi fakta dan rumus tentang pembentukan dan pemilihan konteks serta prinsip relevans. Teori ini menekankan aspek perbualan lisan, kesan poetik, dimensi penggunaan bahasa dari segi deskriptif dan interpretif, ujaran literal, metafora, ujaran gemaan, ironi dan juga pertuturan (*speech acts*). Ringkasnya, teori ini lebih menekankan bentuk komunikasi yang dapat difahami antara penutur dan pendengar.

Teori ini menyatakan penutur seharusnya dapat menjamin apa yang dipertuturkan itu benar-benar relevan dan sesuai untuk difahami oleh pendengar. Dalam erti kata lain, penutur dapat memastikan apa diperkatakan itu mempunyai ciri-ciri relevan yang optimal, iaitu setiap ujaran itu mempunyai kesan konteks yang maksimum yang dapat dirumuskan dalam masa yang singkat. Oleh itu, konteks haruslah seimbang dengan masa memproses bagi menghasilkan kandungan maklumat yang diharapkan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Apabila sesuatu ujaran disampaikan, penutur bertanggungjawab untuk menjamin maklumat yang disampaikan itu relevan dan setimpal dengan perhatian yang diberikan oleh pendengar apabila diproses mengikut konteks. Para pendengar cuba untuk memperoleh kesan konteks yang mencukupi dan kesan ini mestilah mudah untuk diperoleh. Kerjasama yang erat ini memungkinkan maklumat dapat disampaikan dengan mudah bagi penutur dan bagi pihak pendengar pula dapat menerima maklumat yang tepat.

Untuk memproses maklumat dengan tepat, Teori Relevans telah menetapkan tiga ciri utama, iaitu konteks, kesan konteks dan kos memproses. Tiga ciri ini dibantu oleh pengayaan, pemilihan rujukan, dan penyahtaksaan maklumat bagi melicinkan penginterpretasian makna. Konteks adalah seberkas andaian tentang dunia yang dibina secara psikologi oleh pendengar. Usaha memproses tidak terhad kepada maklumat tentang persekitaran fizikal yang paling dekat dan ujaran terdahulu yang paling hampir. Konteks juga dapat melibatkan masa depan, hipotesis santifik atau kepercayaan keagamaan, kenangan lucu, andaian am tentang budaya dan kepercayaan terhadap pemikiran si penutur. Kesemuanya memainkan peranan dalam interpretasi (Sperber dan Wilson, 1986). Penutur perlu sedar bahawa pembinaan konteks adalah bahagian terpenting dalam penginterpretasian ujaran. Proses yang berlaku ialah daripada bentuk proposisi yang didengar, si pendengar akan menetapkan konteks yang sesuai bagi melahirkan kesan konteks.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Selain konteks, kesan konteks juga penting bagi menghuraikan proses pemahaman sesuatu ujaran. Sesuatu ujaran dianggap lebih relevan jika mempunyai lebih kesan konteks. Kesan konteks ialah andaian awal yang ada pada pendengar. Dalam perbualan, pendengar akan menggabungkan atau memperkuat atau menggugurkan konteks yang dikemukakan oleh penutur dengan andaian awalan yang sedia ada bagi menghasilkan kesan konteks.

Dalam perbualan, pendengar akan membina dan kemudiannya memproses beberapa andaian sebagai wacana awalan. Latar belakang konteks akan terus berubah selagi ada maklumat baru ditambah. Ini bermakna pendengar akan terus membuat andaian baru kepada andaian yang telah sedia ada dan juga telah diproses pada peringkat awalnya. Oleh itu, bagi mengelakkan kekeliruan, pendengar mestilah sentiasa sedar bahawa apabila beliau menginterpretasi sesuatu ujaran, beliau tidak hanya terbatas kepada andaian lama yang telah sedia ada. Namun, penutur harus peka dengan kehadiran maklumat serta andaian baru.

Seterusnya, usaha memproses ialah usaha pendengar dalam memproses maklumat atau makna ujaran. Sekirnya ujaran itu dapat difahami dengan mudah, maka kos memproses maklumat bagi ujaran tersebut dapat dianggap rendah. Tetapi jika ujaran yang dihasilkan itu dipenuhi dengan persoalan, kos memproses sesuatu ujaran itu akan meningkatkan. Sesuatu ujaran akan dianggap kurang relevan sekiranya kos memproses tinggi. Bagi pihak penutur,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

kos memproses penting bagi memastikan ujarannya dapat difahami dengan mudah oleh pendengar.

Bagi mengkaji makna sesuatu komunikasi (ujaran) lisan, bidang pragmatik merupakan bidang yang sangat sesuai. Konsep implikatur dan eksplikatur yang disepadukan dalam Teori Relevans (Sperber & Wilson, 2002) akan digunakan bagi mendapatkan makna abstrak, taksa dan eliptik. Bidang pragmatik sering dimaksudkan sebagai kajian tentang penggunaan bahasa dan berbeza dengan kajian tentang bahasa, yang lebih menumpukan kepada huraian bahasa daripada segi strukturnya. Bidang ini semakin mendalam dikaji setelah Grice (dalam Leech, 1993) satu konsep baru, iaitu implikatur.

Menurut Leech (1993), pragmatik sebagai bidang bahasa yang mengkaji cara suatu ujaran itu mendapat makna apabila digunakan dalam konteks tertentu. Pragmatik mengutamakan penginterpretasian makna ujaran yang ada hubungannya dengan konteks situasi, tujuan penutur itu menghasilkan ujaran dan cara pendengar menerima dan memahami ujaran itu. Pragmatik memfokuskan kepada tiga kemahiran komunikasi, iaitu pertama penggunaan bahasa untuk tujuan tertentu seperti menyampaikan ucapan, membuat makluman, permintaan, membuat janji dan juga tuntutan. Kedua, membuat penyesuaian atau membuat pertukaran bahasa berdasarkan konteks, situasi dan keperluan pendengar, dan ketiga untuk mematuhi peraturan perbualan dan peraturan cerita.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Menurut Levenson (1997), pragmatik menggabungkan makna bukan linguistik dengan ilmu semantik bagi memberikan interpretasi makna dengan menyeluruh. Oleh itu, dapat disimpulkan pragmatik adalah ilmu tentang penginterpretasian makna ujaran. Dengan kata lain, bidang pragmatik merupakan bidang yang sangat sesuai untuk mengkaji maksud tersirat dalam pertuturan atau komunikasi. Eksplikatur ialah ujaran yang sangat mudah dikesan, bersifat harfiah dan tidak mengandungi maksud tersirat. Ujaran eksplikatur mudah difahami, iaitu makna yang disampaikan terus dan tersurat.

Manakala, implikatur merupakan salah satu bahagian dalam pragmatik. Istilah implikatur ini menjadi popular setelah diperkenalkan oleh Grice. Mengikut Grice (dalam Hussin: 2010), implikatur adalah satu bentuk pentafsiran makna yang melewati batas-batas makna literal sesebuah ayat. Implikatur pertuturan dianggap sebagai kenyataan yang harus diambil kira oleh pendengar tentang sesuatu mesej yang ingin disampaikan oleh seseorang penutur kepada pendengar dengan membuat andaian-andaian. Secara teorinya, implikatur dikesan dalam perbualan-perbualan untuk mencari makna sebenar sesuatu ujaran.

Menurut Nor Hashimah (1992), implikatur dalam erti kata yang mudah ialah mesej yang tersirat yang disampaikan oleh penutur dalam perbualan. Mesej yang diperoleh merupakan apa-apa yang dideduksikan daripada apa-apa yang diperkatakan. Implikatur merupakan satu aspek penting dalam bidang pragmatik, iaitu bidang yang mengkaji hubungan bahasa dengan konteks. Carston (1988)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

menyatakan implikatur ialah mengenai mesej yang tersirat yang cuba disampaikan dengan ujaran yang tersurat. Implikatur melibatkan apa-apa yang diujarkan secara eksplisit dan juga apa-apa yang dilahirkan secara implisit (Jalaluddin, 2003)

Dalam sesuatu komunikasi, penutur tidak sentiasa menyatakan maksud tersurat dalam pertuturannya, sebaliknya mungkin mengandungi makna tersirat. Apabila pendengar memahami maksud yang hendak disampaikan oleh penutur, komunikasi akan berjalan lancar. Sebaliknya masalah akan timbul sekiranya pendengar tidak memahami maksud sebenar yang ingin disampaikan oleh penutur. Oleh yang demikian, untuk memahami maksud dari pertuturan berimplikatur, Grice (dalam Leech, 1993) menyatakan bahawa terdapat beberapa prinsip bahasa (maxims) yang dapat menjelaskan hal tersebut. Menurut beliau, penutur perlu menyampaikan komunikasi atau ujarannya sesuai dengan konteks ketika komunikasi berlaku.

Dengan sifatnya yang tersirat, implikatur mempunyai sifat kebarangkalian yang tidak memungkinkan seseorang itu mengetahui secara pasti sesuatu yang dimaksudkan oleh penutur dengan ujarannya. Semua ujaran terlebih dahulu ditentukan oleh konteks. Oleh itu, untuk mengenal pasti implikatur dalam sesuatu ujaran, pihak pendengar perlu bijak membuat andaian-andaian, seterusnya membuat kesimpulan berdasarkan pemahaman pendengar tentang mesej setelah mengambil kira konteks tertentu semasa sesuatu ujaran dituturkan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

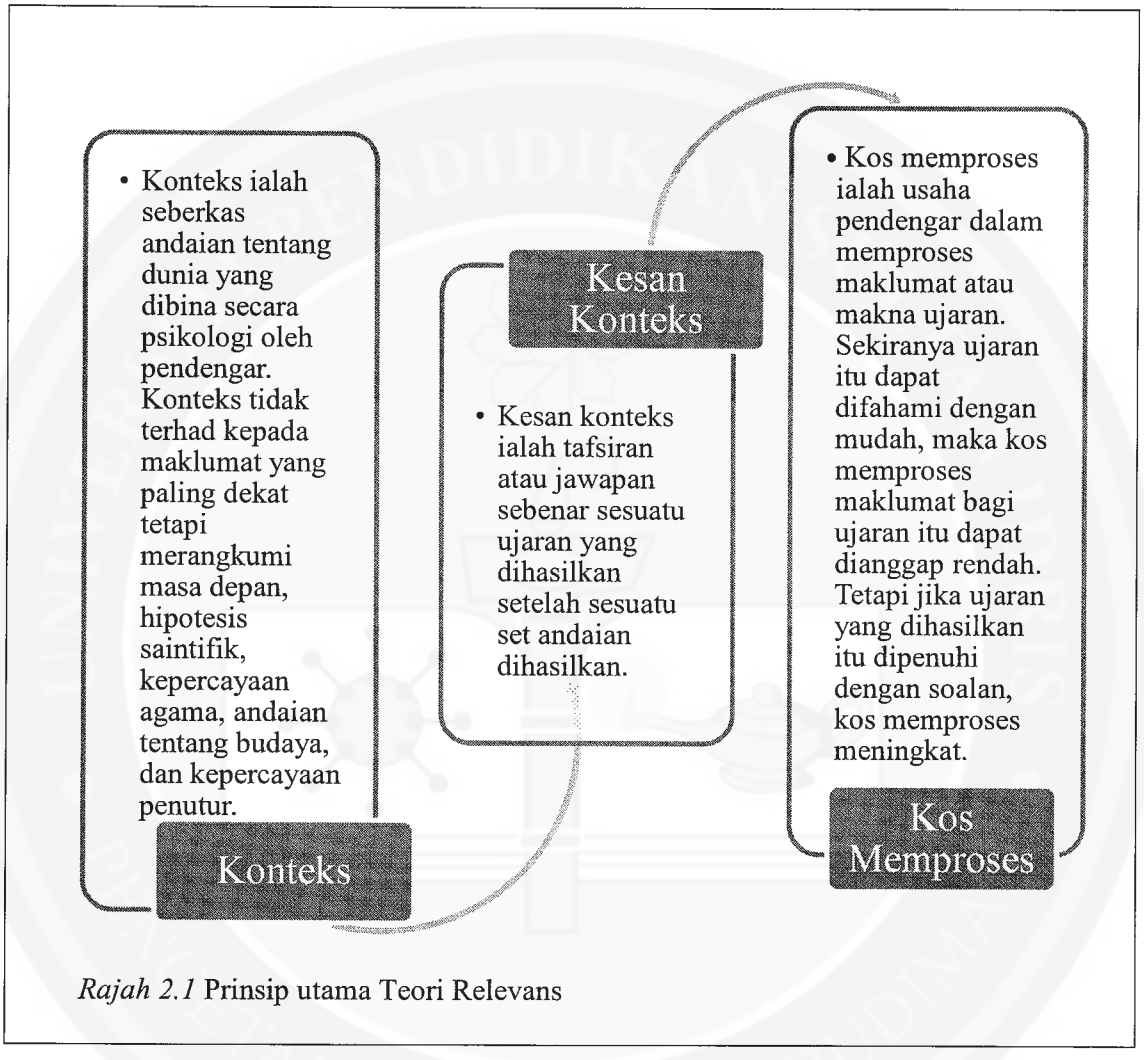
Implikatur boleh dibahagikan kepada dua, iaitu implikatur konvensional dan implikatur nonkonvensional atau implikatur pertuturan. Implikatur konvensional mengandungi implikasi yang yang diperoleh secara langsung dari makna kata yang dituturkan. Di samping itu, implikatur konvesional juga dianggap mengandungi makna yang relatif tetap. Implikatur nonkonvensional atau implikatur pertuturan mengandungi makna tidak langsung dan melibatkan konteks atau suasana yang melatari pertuturan.

Oleh yang demikian, kelebihan pengaplikasian TR dalam menganalisis makna nilai murni dapat ditemui unsur eksplikatur dan implikatur yang dapat menunjukkan bahawa sesuatu ujaran yang dilontarkan mengandungi makna yang tersirat, kabur, tidak jelas atau sebaliknya. Rumusannya, Teori Relevans yang diperkenalkan oleh Sperber dan Wilson pada 1986 mementingkan ciri konteks, usaha memproses dan kesan konteks dalam berkomunikasi. Ketiga-tiga ciri ini amat penting dalam sesuatu komunikasi supaya dapat memproses dan memahami sesuatu ujaran yang dilontarkan dengan bermakna, jelas dan wajar.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

2.4 Kerangka Teori



Rajah 2.1 Prinsip utama Teori Relevans

Rajah 2.1 menunjukkan kerangka teori mengenai tiga prinsip utama Teori Relevans. Bagi memperlihatkan pengkajian aspek nilai murni dalam iklan televisyen terbitan KKMM, satu rangka teori perlu diaplikasikan dalam menganalisis data kajian. Teori yang dipilih ialah Teori Relevans. Teori

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

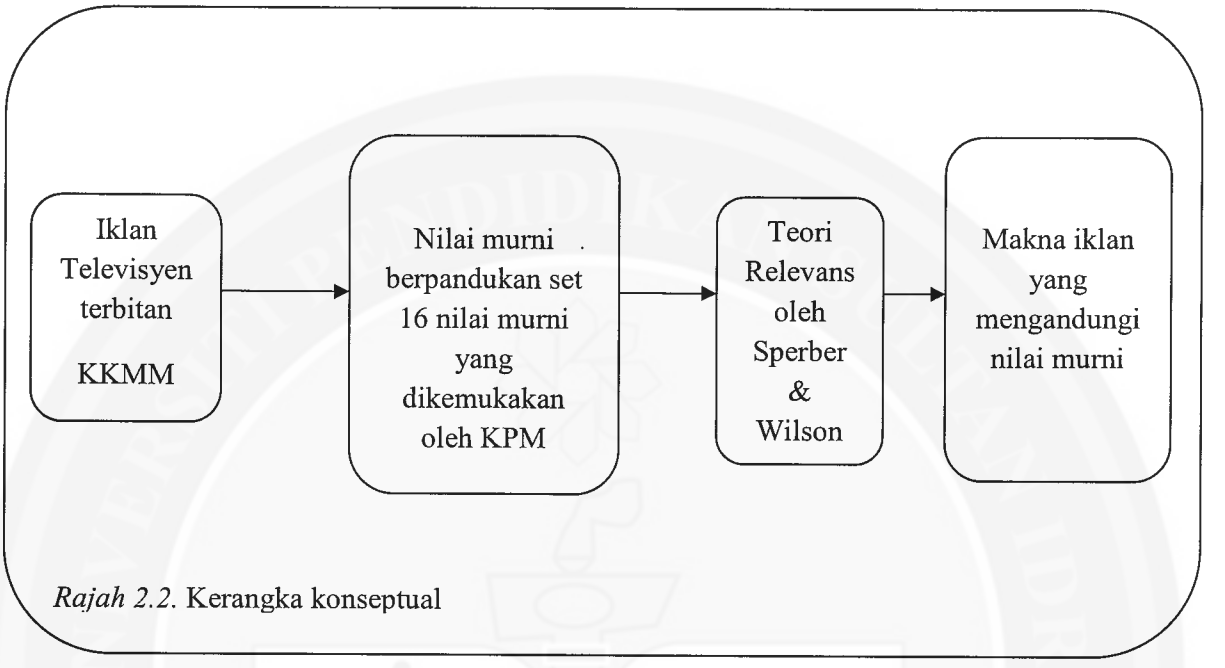
Relevans merupakan Teori Pragmatik turut mengambil kira ilmu semantik yang mampu memberikan analisis paling berwibawa (Zaitul Azma Zainon Hamzah, 2006). Teori Relevans ialah teori yang membincangkan soal komunikasi dan hubungannya dengan kognisi. Jika selama ini teori yang menjelaskan komunikasi hanya menekankan hubungan literal antara penutur dengan pendengar dan mesej yang hendak disampaikan tetapi dalam Teori Relevans, pendekatan yang digunakan adalah agak berbeza.

Menurut Sperber dan Wilson (1986), sesuatu ujaran yang hendak dikomunikasikan itu harus mempunyai sifat yang jelas dan nyata (*manifest*). Apabila andaian daripada ujaran yang dihasilkan mudah ditangkap oleh individu serta banyak bukti yang melatarinya, maka ujaran itu dapat dianggap sebagai ujaran yang bermanifestasi. Kesimpulannya, Teori Relevans yang diperkenalkan oleh Sperber dan Wilson (1986) mementingkan tiga konsep utama, iaitu konteks, kesan konteks dan usaha memproses. Ketiga-tiga aspek tersebut amat penting dalam mentakrifkan ujaran yang bermakna.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

2.5 Kerangka Konseptual



Rajah 2.2. Kerangka konseptual

Rajah di atas menggambarkan proses yang terlibat dalam keseluruhan kajian yang dilakukan. Langkah pertama ialah melibatkan proses pengkaji meneliti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM dari tahun 2009 hingga tahun 2012. Terdapat hampir 45 iklan televisyen telah diterbitkan oleh pihak KMMM dengan pelbagai terma seperti gaya hidup, kesihatan, keselamatan dan nilai murni. Daripada 45 iklan televisyen tersebut, terdapat 10 iklan televisyen adalah mengandungi pelbagai nilai murni. Seterusnya, nilai murni dikenal pasti dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) sebagai panduan kepada para guru untuk

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

diterapkan dalam proses P&P. Ketiga, proses yang terlibat ialah pengkaji menghuraikan makna nilai murni mengikut Teori Relevans.

Ketiga-tiga proses tersebut saling berinteraksi antara satu sama lain sehingga mencapai objektif kajian. Dapatan kajian mendapati terdapat iklan yang mengandungi ujaran eksplikatur dan implikatur dalam menyampaikan makna nilai murni. Maka, dapatan kajian tersebut amat baik dan memberi kepentingan kepada para guru dan masyarakat serta penerbitan iklan televisyen. Diharapkan rajah konseptual ini dapat mengambarkan keseluruhan kajian supaya objektif kajian tercapai.

2.6 Kesimpulan

Nilai murni merupakan nilai yang baik dan positif untuk dipupuk dan diterapkan kepada masyarakat. Nilai tersebut perlu menjadi pegangan dan amalan hidup masyarakat sebagai pemangkin kepada melahirkan modal insan yang unggul. Oleh yang demikian, pengkaji meneliti nilai murni dalam iklan televisyen terbitan KKMM untuk diterapkan kepada golongan masyarakat.

Oleh itu, pengkaji merasakan adalah wajar kajian ini dilaksanakan bagi mencapai objektif kajian, iaitu meneliti iklan televisyen terbitan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM), mengenal pasti iklan-iklan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) dan menghuraikan makna nilai murni yang terdapat dalam iklan televisyen terbitan KKMM dari sudut Teori Relevans. Dalam pada itu, aspek implikatur dan eksplikatur turut dibincangkan dalam memahami makna di sebalik ujaran yang dilontarkan. Dalam hal ini, pengkaji dapat melihat kelebihan TR dalam menginterpretasi makna yang jelas dan relevan.

Pengkaji merasakan kelebihan kajian ini dapat dilihat melalui dapatannya, iaitu mendedahkan kepada masyarakat akan iklan keluaran KKMM yang tidak dinafikan lagi sangat baik dalam memberikan mesej nilai murni di samping dapat memupuk serta menerapkan amalan nilai murni melalui pendekatan media visual secara tidak langsung. Malahan, apa yang lebih penting di sini, pengkaji merasakan kajian ini dapat membantu memberi kesedaran terhadap pihak yang terlibat dalam industri periklanan tanah air akan peri pentingnya menyampaikan makna yang jelas dan berkesan kepada penonton supaya dapat mengurangkan masalah ketaksaan, ambiguiti dan sebagainya di sebalik iklan yang diterbitkan. Melalui kupasan bab ini juga, 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (1994) dan satu teori dibincangkan dan pengkaji merasakan Teori Relevans adalah teori yang paling sesuai diaplikasi dalam penyelidikan ini kerana mampu membantu menjawab persoalan kajian dan mencapai objektif kajian.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

3.0 Pengenalan

Metodologi kajian merupakan kaedah yang digunakan oleh pengkaji dalam sesebuah penyelidikan. Metodologi kajian adalah satu proses yang penting dalam sesuatu kajian bagi menghasilkan satu kajian yang benar-benar sahih, jelas dan sistematik. Dalam bab ini, pengkaji menerangkan prosedur, tatacara penyelidikan dan kaedah dalam memperoleh data kajian. Kajian ini meneliti iklan televisyen terbitan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM), mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) dan seterusnya menghuraikan makna nilai murni melalui Teori Relevans.

Oleh yang demikian, metodologi yang sesuai dan tepat amat penting bagi membantu proses menganalisis nilai murni dalam iklan televisyen terbitan KKMM. Selaras dengan itu, terdapat beberapa perkara akan dijelaskan dalam bab ini, iaitu meliputi aspek reka bentuk kajian, persampelan kajian, instrumen kajian, prosedur pemerolehan dan pengumpulan data serta kaedah penganalisisan data.

3.1 Reka Bentuk Kajian

Reka bentuk kajian adalah satu proses yang amat penting dalam sesuatu penyelidikan. Hasil dapatan kajian yang mantap dan baik bergantung kepada reka bentuk kajian yang digunakan dalam memperoleh data kajian. Menurut Creswell (1998), reka bentuk sebagai keseluruhan proses penyelidikan daripada proses pengkonseptualan masalah kepada proses menulis laporan.

Dalam konteks kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah penyelidikan kualitatif. Secara umumnya, penyelidikan kualitatif bermaksud sebarang penyelidikan yang menghasilkan dapatan yang bukan melalui prosedur statistik

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

atau lain-lain bentuk pengiraan (Strauss and Corbin, 1990). Sementara Creswell (1998) mendefinisikan penyelidikan kualitatif sebagai:

> *"Satu proses siasatan pemahaman berdasarkan tradisi metodologi berbeza daripada siasatan yang meneroka masalah penyelidik. Sosial atau manusia membina kompleks, gambar holistik, menganalisis kata-kata, pandangan laporan terperinci, pemberi maklumat dan menjalankan kajian dalam persekitaran yang semula jadi."*
>
> (halaman 15)

Patton (1990) menyatakan data kualitatif mengandungi petikan tentang pengalaman, pendapat, perasaan dan pengetahuan yang diperoleh melalui temu bual, perincian deskripsi tentang aktiviti, tingkah laku dan tindakan yang direkodkan melalui pemerhatian dan petikan, kutipan atau keseluruhan perenggan yang diambil daripada pelbagai jenis dokumen. Data kualitatif adalah data bukan nombor dan biasanya terdiri daripada penyataan atau penceritaan daripada pemerhatian, naratif dan sebagainya.

Bogdan dan Biklen, 1982; Lincoln dan Guba, 1985; Patton, 1990 dan Eisner, 1991 (dalam Othman Lebar, 2007), menyatakan bahawa penyelidikan kualitatif bermula dengan pandangan bahawa terdapat pelbagai cara yang berbeza dalam memahami dunia dan bagaimana manusia memberi makna kepada aktiviti-aktiviti dalam kehidupan mereka. Penyelidikan kualitatif menekankan kepada kepentingan menjalankan kajian dalam latar yang sebenar dan semulajadi. Penyelidik memerhati, menjelaskan dan mentafsir latar dalam keadaan yang sebenar. Ini adalah penting bagi memahami perspektif subjek

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

kajian melalui pemahaman terhadap pendapat, pengalaman dan perasaan secara menyeluruh dan holistik.

Penyelidikan kualitatif memberi tumpuan kepada ciri-ciri khusus dan keseluruhan kes dalam usaha mencari keunikan setiap kes yang dikaji. Penyelidikan kualitatif mempunyai reka bentuk berkembang (*emergent design*) dan penyelidik memberi fokus kepada proses ini berkembang di samping hasil atau produk kajian. Rumusannya, terdapat sesetengah persoalan kajian yang tidak mudah dijawab melalui penyelidikan kuantitatif yang memerlukan penjelasan kualitatif dalam menginterpretasi fenomena manusia (Babbie, 2004; Delsyer, 2008; Grbich, 2010; Hesse-Biber, 2010; Livesey, 2006).

Kesimpulannya, penyelidikan kualitatif sebagai satu proses inkuiri untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia, berdasarkan gambaran yang menyeluruh dan kompleks melalui pemerhatian yang mendalam serta dijalankan dalam keadaan yang sebenar dan semula jadi (Creswell, 1994). Penyelidikan kualitatif bukan menumpukan kepada pengutipan data maklumat yang banyak tetapi tumpuan diberikan kepada pemerolehan maklumat yang berkualiti walaupun dengan pemilihan sampel yang kecil. Oleh itu, kelebihan pemilihan kualitatif sebagai metod yang sangat efektif dalam membincangkan faktor-faktor yang bukan bersandarkan numerikal.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Secara keseluruhannya, kajian ini memilih kaedah kualitatif, iaitu analisis kandungan atau teks. Oleh itu, data kualitatif dipilih kerana kajian ini melibatkan proses meneliti iklan televisyen terbitan KKMM, mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) dan penghuraian makna nilai murni berdasarkan Teori Relevans. Oleh yang demikian, data analisis yang diperolehi di peringkat akhir kajian adalah data yang bersifat kualitatif, iaitu penyataan yang bersandarkan hujah-hujah konkrit dan jitu. Segala perbincangan dan kupasan dalam kajian ini adalah berdasarkan nilai murni yang berjaya dikenal pasti oleh pengkaji berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) seterusnya penghuraian makna nilai murni dari aspek konteks, usaha memproses dan kesan konteks dalam Teori Relevans.

Pemilihan kaedah ini adalah bertepatan dengan pendapat Marshall dan Rosman (1989) yang berpendapat bahawa data secara kualitatif dapat menghuraikan dan menjelaskan secara terperinci dan mendalam. Kajian kualitatif digunakan dalam penyelidikan kerana boleh membongkar dan memberi pemahaman apa yang berlaku di sebalik sebarang fenomena yang kurang diketahui (Strauss & Corbin, 1990). Oleh yang demikian, di akhir kajian ini pengkaji dapat menemui data secara kualitatif yang menunjukkan bahawa 10 iklan televisyen terbitan KKMM berjaya menonjolkan nilai murni kepada penonton dan seterusnya dapat menunjukkan makna nilai murni yang diujarkan relevan atau tidak.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

3.2 Persampelan Kajian

Persampelan merupakan proses memilih sekumpulan (orang, institusi, tempat, atau fenomena) untuk sesuatu penyelidikan yang mewakili kumpulan besar yang dipilih oleh pengkaji untuk memperoleh maklumat tentang sesuatu populasi. Matlamat persampelan adalah untuk memperoleh sampel yang mencerminkan populasi dari segi pemboleh ubah yang menjadi tumpuan pengkaji. Menurut Mohd Sheffie Abu Bakar (1991), persampelan merupakan satu proses, iaitu sebilangan kecil daripada keseluruhan populasi dipilih dan dikaji untuk membolehkan generalisasi mengenai populasi itu dilakukan.

Dalam erti kata lain, pengkaji mengambil sebahagian kecil populasi untuk tujuan pemerhatian dan membuat generalisasi berkenaan populasi yang diwakili oleh sampel tersebut. Pemilihan sampel yang sesuai ialah sampel yang boleh mewakili pemboleh ubah berkenaan dari populasi yang disasarkan. Terdapat dua jenis prosedur persampelan, iaitu persampelan kebarangkalian (secara rawak) dan persampelan bukan kebarangkalian (secara tak rawak) (Syed Arabi Idid, 2002).

Dalam kajian ini, pensampelan yang digunakan ialah persampelan bertujuan (purposive sampling), iaitu memilih sampel dari satu populasi yang dikaji mengikut tujuan kajian. Biasanya, persampelan ini adalah untuk kajian awalan atau penerokaan dan untuk menguji sesuatu teori.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Dalam persampelan bertujuan, penyelidik akan memilih responden mengikut pertimbangannya sendiri, iaitu sampel yang paling sesuai dengan tujuan kajiannya. Lazimnya, individu yang terpilih sebagai responden dalam pensampelan bertujuan mempunyai segala maklumat dan perspektif atau apa saja bahan yang berkaitan dengan tujuan kajian penyelidik. Kelebihan pensampelan ini ialah penyelidik boleh menggunakan kemahiran dan pengetahuan yang lalu dalam memilih subjek kajian dalam kajiannya yang akan datang.

Pihak KKMM telah banyak menerbitkan pelbagai jenis iklan televisyen dalam usaha menyebarkan hasrat semasa kerajaan kepada masyarakat Malaysia Berdasarkan pemerhatian pengkaji, terdapat hampir 45 jenis iklan terbitan KKMM diterbitkan dari tahun 2009 sehingga tahun 2012. Daripada 45 iklan tersebut, sebanyak 10 jenis iklan televisyen ditemui mempunyai terma nilai murni. Senarai iklan televisyen terbitan KKMM dalam kajian ini adalah seperti berikut:

1. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon (TI1)
2. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Dalam LRT (TI2)
3. Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita (TI3)
4. Budi Bahasa Budaya Kita (TI4)
5. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua (TI5)
6. Kurangkan Manis Dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman (TI6)
7. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Meletak Kenderaan (TI7)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

8. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Tua Melintas Jalan Raya (TI8)
9. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran (TI9)
10. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih-Sama-Sama (TI10)

Pemilihan 10 iklan televisyen di atas dalam kajian ini mempunyai justifikasinya tersendiri. Hal ini kerana, 10 iklan televisyen tersebut adalah menepati 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) sebagai panduan kepada para guru untuk diselitkan dalam proses P&P bahasa Melayu. 10 iklan televisyen tersebut juga mampu menonjolkan pelbagai nilai murni dalam menjayakan Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni kepada masyarakat Malaysia. Pengkaji memilih iklan televisyen terbitan KKMM dalam era tahun 2009 hingga 2012 adalah kerana iklan nilai murni diperlihatkan dalam media televisyen banyak didominasi dan begitu rancak disiarkan pada tahun tersebut.

Hujahan di atas dapat disokong oleh kenyataan oleh YB Dato' Seri Utama Dr Rais Yatim dalam petikan ucapan beliau di Majlis Pelancaran Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni pada tahun 2006, iaitu:

> *"Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni 2006 diadakan kerana kedapatan dalam kalangan masyarakat kini nilai-nilai dan amalan hidup yang kasar, yang langgar bahasa, yang tidak mengendahkan tatasusila dan beradab. Cara memberi khidmat, cara melayani pelanggan atau orang ramai oleh kakitangan kaunter hadapan di jabatan-jabatan kerajaan seterusnya menimbulkan tidak puas hati di kalangan orang ramai. Ada yang menjawab telefon dengan kasar atau acuh tak acuh (atau langsung tidak berjawab), surat- menyurat rakyat yang lambat dijawab, merosotnya amalan gotong royong dan*

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

> *kecenderungan menolong orang lain dalam kesusahan, menghilangnya amalan hormat-menghormati identiti manusia dan pihak-pihak tertentu yang dahulunya dihormati, keterlaluan mengejar kemajuan kebendaan sehingga kita lupa akan betapa pentingnya tatasusila berhemah diamalkan semula secara menyeluruh. Berikut juga kedapatan secara meluas di kalangan masyarakat Malaysia kurang hormat kepada guru, ibu bapa, pemimpin, ketua dan orang tua-tua; trend atau kecenderungan suka mengambil hak orang lain; tidak suka senyum bila bertegur-sapa atau semasa memberi khidmat; tidak suka mengungkapkan terima kasih atau syukur bila beroleh sesuatu yang baik; kurangnya mengungkapkan 'Apa khabar' atau 'Assalamualaikum'; kurang mengendahkan budaya kebersihan (misalnya tandas kotor); tidak menepati masa dan kurang bertolak ansur di jalan raya".*

Maka, permilihan 10 iklan televisyen tersebut yang sarat dengan pelbagai nilai murni adalah amat bertepatan dengan kenyataan oleh YB Dato' Seri Utama Dr Rais Yatim di atas. Dalam hal ini, 10 iklan televisyen tersebut memaparkan nilai murni seperti semangat kejiranan, amalan budi bahasa dalam menjawab telefon, bertolak ansur di jalan raya, menghormati orang tua dan golongan yang memerlukan, mengucap terima kasih, cara melayani pelanggan di kaunter dengan baik, amalan memberi senyuman dan sebagainya.

Sementara itu, 10 iklan televisyen tersebut adalah menggunakan watak manusia yang menggambarkan kehidupan realiti dan budaya masyarakat kini mengenai pengamalan nilai murni. Malahan, kajian ini menggunakan persampelan bertujuan, iaitu pengkaji sememangnya memfokuskan kepada iklan televisyen terbitan KKMM sejak peringkat awal penyelidikan lagi. Maka, pengkaji percaya bahawa 10 iklan televisyen tersebut adalah iklan yang sesuai diaplikasikan dalam mencapai objektif kajian ini.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Pengkaji memilih iklan televisyen dalam kajian ini adalah kerana televisyen merupakan medium yang paling dekat dengan masyarakat. Ini dapat dibuktikan apabila Radio Televisyen Malaysia, iaitu RTM1 dan RTM2 kini mencatatkan peningkatan jumlah penontonnya sebanyak 4.8 peratus. Menurut bekas Pengarah Urusan Utusan Airtime Sdn. Bhd., Adi Satria, peningkatan jumlah penonton tersebut menjadikan RTM1 kini ditonton oleh lebih 5 juta penonton, manakala RTM2 pula lebih 7.6 juta penonton (2008, Febuari 01). Berdasarkan penyataan di atas cukup mengambarkan media televisyen amat dekat dan berpengaruh dalam kalangan masyarakat Malaysia.

Oleh yang demikian, kelebihan ini dirasakan satu peluang yang perlu diambil oleh pengkaji dalam mengisi kekurangan dan kelompongan kajian-kajian terdahulu.

3.3 Instrumen Kajian

Dalam kajian kualitatif terdapat tiga teknik yang lazimnya digunakan oleh para penyelidik ialah pemerhatian, temu bual dan analisis dokumen (Fraenkel & Wallen 1993; Bogdan & Biklen 1998; Merriam 2001). Selain itu, pengumpulan data kualitaif boleh dilakukan dengan teknik jurnal, portfolio, buku log dan senarai semak.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan analisis kandungan atau dikenali sebagai analisis teks. Kaedah analisis kandungan digunakan bagi meneliti nilai murni yang disampaikan dalam iklan televisyen terbitan KKMM. Analisis kandungan kualitatif lebih melihat teks sebagai interpretasi makna secara dalaman dan subjektif. Kajian analisis kandungan banyak digunakan dalam bidang media dan komunikasi untuk menganalisis dokumen seperti akhbar, televisyen dan filem. Namun, kajian kualitatif turut menggunakan analisis kandungan bagi menganalisis tema-tema daripada temu bual dan juga pemerhatian (Syed Arabi Idid, 2002).

Analisis kandungan adalah satu bentuk analisis terhadap bahan-bahan media cetak seperti akhbar, majalah, jurnal, buku, kitab, laporan bertulis, minit mesyuarat dan sebagainya serta bahan-bahan elektronik seperti filem, drama, rancangan radio, televisyen dan papan iklan. Kaedah ini digunakan bagi mengkaji beberapa istilah, perkataan, konsep, tema, frasa atau ayat yang ada dalam media berkenaan. Analisis kandungan boleh digunakan dalam pelbagai bidang ilmu seperti politik, sosial, pengurusan dan pendidikan. Terdapat dua bentuk analisis kandungan, iaitu Analisis Konseptual dan Analisis Relational (Syed Arabi Idid, 2002).

Dalam konteks kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah analisis kandungan atau teks dengan meneliti nilai murni yang terdapat dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM. Pengkaji menumpukan analisis kandungan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

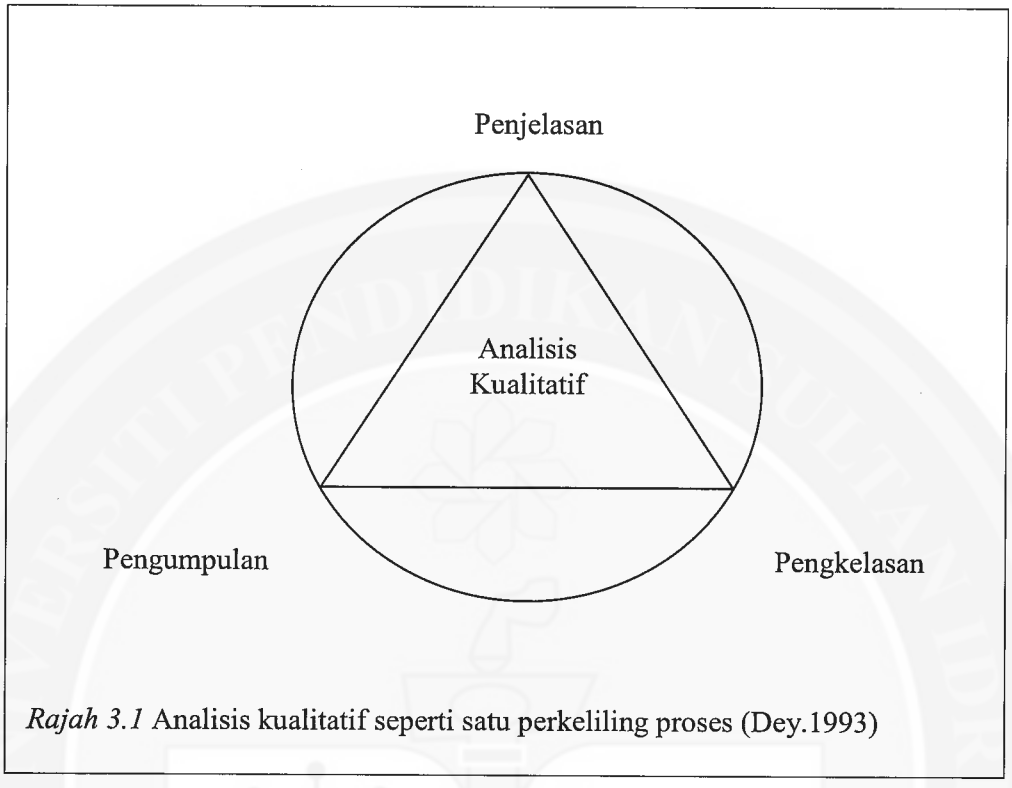
kualitatif dalam melihat teks sebagai interpretasi makna secara dalaman dan subjektif. Dalam erti kata yang lain, pengkaji menganalisis dan menghuraikan kandungan 10 iklan televisyen tersebut kepada aspek nilai murni dan seterusnya membuat interpretasi makna nilai murni secara terperinci dengan menggunakan Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986). Kaedah ini juga dikenali sebagai analisis semantik, iaitu pengkaji melihat aspek makna nilai murni yang terdapat dalam 10 iklan televisyen tersebut.

Terdapat sarjana penyelidikan kualitatif seperti Berg, Mayring dan Hsieh serta Shannon membezakan analisis kandungan kualitatif sebagai kelebihan dalam meneliti isi berdasarkan *context* dan *process*. Aspek *context* dilihat melalui isi kandungan utama secara tersirat (*latent content*) manakala aspek *process* melibatkan proses interpretasi teks yang dijalankan secara teliti dan berulang-ulang kali.

Analisis kandungan kualitatif dianalisis menggunakan analisis tema dengan pengekodan dan pengkategorian. Kebiasaannya, proses analisis data berlaku secara berterusan dan *non-linear*. Menganalisis data analisis melibatkan proses pemecahan data kepada unit-unit lebih kecil untuk menonjolkan ciri-ciri unsur biasa dan berstruktur (Dey, 1993). Melalui analisis, pengkaji boleh mendapat pemahaman baru kepada data. Data boleh dibahagikan kepada bahagian-bahagian konstituen dan hubungan antara konsep-konsep ini bagi menyediakan asas untuk huraian baru.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P



Rajah 3.1 Analisis kualitatif seperti satu perkeliling proses (Dey.1993)

Rajah di atas, menunjukkan satu proses analisis kualitatif oleh Dey (1993). Analisis data yang diperolehi adalah berasaskan rajah di atas melibatkan proses pengumpulan maklumat yang diberikan oleh responden. Seterusnya, pengkaji memahami penjelasan yang disampaikan oleh responden dan mengkelaskan jawapan tersebut mengikut persoalan kajian. Analisis data tersebut turut melibatkan proses kesimpulan dan ramalan oleh pengkaji berasaskan dapatan kajian-kajian lepas. Analisis data adalah penting dalam meramal tingkah laku pada masa depan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Menurut Dey (1993) analisis data kualitatif adalah proses yang berputar, data dari analisis kualitatif adalah terletak pada hubungan proses dari mendeskripsikan fenomena, mengklasifikasikan dan melihat bagaimana interkoneksi konsep. Menurut beliau, proses analisis dilakukan ialah dengan cara mengelompokkan data, mengklasifikasi data, mendeskripsikan atau menghubungkan data dan mengambil kesimpulan. Dengan analisis tersebut akan diperoleh jawapan terhadap rumusan masalah.

Dalam konteks kajian ini, pendapat Dey (1993) diterjemahkan melalui rajah di atas. Proses pertama yang terlibat ialah pengumpulan data iklan televisyen yang diterbitkan oleh KKMM dari tahun 2009 sehingga tahun 2012. Dalam hal ini, pengkaji mendapati terdapat hampir 45 iklan televisyen ditemui dengan pelbagai terma. Kemudian, langkah seterusnya mengenal pasti iklan-iklan televisyen yang mengandungi nilai murni. Setelah didapati, terdapat 10 iklan televisyen yang amat sesuai dipilih, maka proses mentranskripkan 10 iklan televisyen tersebut dalam bentuk teks.

Proses kedua melibatkan pengkelasan, iaitu pengkaji mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994). Seterusnya, proses ketiga ialah pengkaji menganalisis dan menghuraikan secara terperinci makna nilai murni yang terdapat dalam 10 iklan televisyen berdasarkan Teori Relevans. Rumusannya, pendekatan yang

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

dicadangkan oleh Dey (1993) adalah amat sesuai diaplikasikan dalam penyelidikan ini.

Bagi memudahkan perbincangan dan analisis kajian dilakukan serta memahami setiap teks iklan televisyen terbitan KKMM yang dikaji dalam kajian ini, pengkaji telah membuat koding. Koding tersebut adalah seperti dalam jadual berikut:

Jadual 3.1

Koding 10 iklan televisyen terbitan KKMM

Bil.	**Teks Iklan**
1.	Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon (TI1) L1 : Lelaki 1 P1 : Perempuan 1 TI1: Teks Iklan 1
2.	Bersopan dan Beradab Amalan Kita-Dalam LRT (TI2) L1 : Lelaki 1 L2 : Lelaki 2 L3 : Lelaki 3 PT1: Perempuan Tua 1 TI2: Teks Iklan 2
3.	Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita (TI3) L1 : Lelaki 1 L2 : Lelaki 2 IL1: Isteri Lelaki 1 TI3: Teks Iklan 3

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

4.	Budi Bahasa Budaya Kita (TI4) L1 : Lelaki 1 L2 : Lelaki 2 BL1:Budak Lelaki 1 W1: Wanita 1 TI4: Teks Iklan 4
5.	Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua (TI5) PL1 : Pelajar Lelaki 1 PL2 : Pelajar Lelaki 2 PL3 : Pelajar Lelaki 3 PP1: Pelajar Perempuan 1 PT1: Perempuan Tua 1 TI5: Teks Iklan 5
6.	Kurangkan Manis Dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman (TI6) Iklan ini bersempena dengan Kempen Senyum dan diiringi oleh lagu "Cik Mek Molek" oleh penyanyi Dato M.Daud Kilau. L1 : Lelaki 1 L2 : Lelaki 2 L3 : Lelaki 3 P1 : Perempuan 1 LT1: Lelaki Tua 1 PK :Pegawai Keselamatan TI6 : Teks Iklan 6
7.	Bersopan Dan Beradab Amalan Kita -Meletak Kenderaan (TI7) L1 : Lelaki 1 P1 : Perempuan 1 TI7 : Teks Iklan 7
8.	Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Tua Melintas Jalan Raya (TI8) L1 : Lelaki 1 LT1: Lelaki Tua 1 TI8 : Teks Iklan 8

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

9.	Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran (TI9) L1 : Lelaki 1 P : Pekerja TI9 : Teks Iklan 9
10.	Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih-Sama-sama (TI10) Situasi 1 L1 : Lelaki 1 L2 : Lelaki 2 L3 : Lelaki 3 P1 : Perempuan 1 PL1 : Pelajar Lelaki 1 PL2 : Pelajar Lelaki 2 PL3 : Pelajar Lelaki 3 PP1:Pelajar Perempuan 1 LT1: Lelaki Tua 1 PT1: Perempuan Tua 1 BL1:Budak Lelaki 1 IL1: Isteri Lelaki 1 W1: Wanita 1 B1: Bapa 1 GP1: Gadis Perempuan 1 PP1: Pesawah Padi 1 PA1: Penjual Air 1 AY1: Anak Yatim 1 TI10 : Teks Iklan 10

Pada amnya, analisis dokumen ialah pecahan kepada kaedah penyelidikan analisis kandungan yang merupakan huraian objektif terhadap mesej komunikasi yang dicetak, disiarkan atau digambarkan. Dalam erti kata lain, bahagian mesej dapat didengar, diperoleh dan dilihat dengan merujuk kandungan teks pada perkataan, maksud, gambar, simbol, idea, tema atau apa

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

sahaja mesej yang telah dikomunikasikan (Sabitha Marican, 2009; Babbie, 2010). Ini turut diakui oleh Fraenkel dan Wallen (1993):

> *"Analisis dokumen ialah analisis kandungan bertulis atau visual dokumen. Buku teks, esei, surat khabar, novel, majalah, buku masakan, ucapan politik, iklan, gambar-sebenarnya, kandungan hampir apa-apa jenis komunikasi bertulis atau visual boleh dianalisis cara invarious. Seseorang atau kumpulan itu sedar kepercayaan, sikap, nila, dan idea yang sering dinyatakan di dalam dokumen yang mereka hasilkan".*

Holsti (dalam Berg, 1989) menyatakan bahawa analisis kandungan ialah teknik untuk membuat kesimpulan secara sistematik dan berobjektif untuk mengenal pasti ciri-ciri khas mesej. Teknik analisis kandungan berdasarkan penelitian, kerap diguna pakai terhadap penyelidikan ilmiah di Malaysia, terutamanya dalam bidang bahasa dan kesusasteraan Melayu. Kaedah ini menerapkan dan mengaplikasikan sebuah teori yang relevan, mengenal pasti bidang, seterusnya pengumpulan, penyaringan dan penetapan data atau bahan kajian dan mengenal pasti teori yang relevan atau membangun teori dan mendekatkan teori dengan data atau memasukkan teori dengan data serta mengklasifikasikan secara umum atau khusus mengikut subkategori analisis teks ke peringkat penulisan.

Selain itu, kaedah kepustakaan digunakan dalam kajian ini bagi mendapatkan bahan dan maklumat yang sesuai dengan tajuk kajian seperti buku ilmiah, jurnal, majalah, surat khabar, kertas kerja, seminar, tesis dan sumber-sumber lain untuk membantu dan menyokong analisis kajian ini. Perpustakaan yang digunakan bagi mendapat maklumat dan memperoleh bahan kajian

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

termasuk Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM), Perpustakaan Tunku Bainun (UPSI), Perpustakaan Sultan Abdul Samad (UPM), Perpustakaan Tun Sri Lanang (UKM), Perpustakaan Universiti Malaya, Pusat Dokumentasi Melayu, Dewan Bahasa dan Pustaka, dan Perpustakaan Negara. Dalam konteks kajian ini, pengkaji berupaya mendapatkan dan mengumpul maklumat yang berkaitan dengan tajuk kajian melalui bahan rujukan bagi membantu kajian ini mencapai objektifnya.

3.4 Kaedah Pengumpulan Data

Beberapa langkah dikenal pasti dalam menjalankan proses prosedur pengumpulan data oleh pengkaji. Antara ialah:

Langkah 1: Pengkaji merakam dan merekod kesemua iklan televisyen terbitan KKMM dari tahun 2009 sehingga tahun 2012. Setelah diteliti bahawa terdapat hampir 45 iklan televisyen telah diterbitkan oleh pihak KKMM dengan pelbagai tema seperti gaya hidup, kesihatan, keselamatan dan nilai. Tema-tema ini merupakan hasrat dan kempen kerajaan bagi melahirkan modal insan yang unggul dalam kalangan masyarakat Malaysia. Daripada 45 iklan televisyen tersebut, didapati sebanyak 10 iklan televisyen terbitan KKMM menonjolkan pelbagai nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) sebagai panduan kepada guru untuk diserapkan dalam pengajaran bahasa

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Melayu. Proses ini dapat dikatakan persampelan bertujuan, iaitu mengambil sampel dari populasi yang dianggap dapat mencapai objektif kajian.

Langkah 2: Seterusnya, daripada 10 iklan televisyen terbitan KKMM yang telah dikenal pasti, pengkaji mentranskripkan 10 iklan televisyen tersebut dalam bentuk teks.

Langkah 3: Pengkaji mengenal pasti nilai murni yang terdapat dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994).

Langkah 4: Pengkaji menghuraikan interpretasi makna nilai murni dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM berdasarkan analisis Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986). Dapatan kajian menunjukkan terdapat ujaran eksplikatur dan implikatur dalam menginterpretasikan makna nilai murni berdasarkan TR.

3.5 Kaedah Penganalisisan Data

Kaedah penganalisisan data merupakan kaedah kemuncak bagi sesuatu penyelidikan yang dilakukan. Dalam aspek ini, pengkaji menganalisis data yang dikumpul bagi mengenal pasti nilai murni dalam iklan televisyen terbitan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

KKMM dan menghuraikan makna nilai murni yang diketengahkan dari sudut Teori Relevans. Teori ialah sebagai satu skema atau sistem idea atau pernyataan yang dipegang sebagai penjelasan tentang sesuatu kumpulan atau fenomena. Dalam erti kata lain, Grbich (2003) menjelaskan teori dibentuk melalui penerokaan ke atas sesuatu fenomena dengan mengenal pasti dan meneliti perhubungan di antara konsep di sekitar fenomena dan seterusnya pembentukan kerangka, iaitu sesuatu komen boleh dibuat.

Kajian ini berpaksikan kepada Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986) yang mementingkan tiga konsep utama, iaitu konteks, kesan konteks dan usaha memproses. Ketiga-tiga aspek tersebut amat penting dalam mentakrifkan ujaran yang bermakna. Ini adalah penting bagi memahami sesuatu ujaran dalam sebuah komunikasi dengan berkesan, jelas dan tepat. Dalam kajian ini, pengkaji mengaplikasi Teori Relevans menerusi aspek konteks, usaha memproses dan kesan konteks.

Konteks adalah seberkas andaian tentang dunia yang dibina secara psikologi oleh pendengar. Kesan konteks juga penting bagi menghuraikan proses pemahaman sesuatu ujaran. Sesuatu ujaran dianggap lebih relevan jika mempunyai lebih kesan konteks. Usaha memproses ialah usaha pendengar dalam memproses maklumat atau makna ujaran. Sekiranya ujaran itu dapat difahami dengan mudah, maka kos memproses maklumat bagi ujaran tersebut dapat dianggap rendah. Tetapi jika ujaran yang dihasilkan itu dipenuhi dengan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

soalan-soalan yang dikenali sebagai gangguan, ini akan meningkatkan lagi kos memproses sesuatu ujaran. Sesuatu ujaran akan dianggap kurang relevan sekiranya kos memproses tinggi. Ketiga-tiga ciri ini amat penting dalam sesuatu komunikasi supaya dapat memproses dan memahami sesuatu ujaran yang dilontarkan dengan jelas dan relevan.

Semasa komunikasi berlaku, penyampai akan menyampaikan mesej kepada penerima. Mesej yang diterima akan ditafsir dengan sebaik-baiknya untuk mendapatkan makna mesej tersebut. Komunikasi ini menjadi mudah jika ujaran yang diluahkan oleh penghantar mesej tidak mempunyai makna yang tersirat. Thomas (1995) mengatakan manusia tidak selalunya atau biasanya bercakap apa-apa yang cuba dimaksudkan. Penutur pada kebiasaannya cuba menyampaikan sesuatu melebihi maksud perkataan yang diujarkan. Secara mudahnya dapat dikatakan bahawa ujaran yang dilahirkan itu tidak semestinya mengandungi maksud seperti yang diucapkan. Hal ini memerlukan minda memproses ujaran tersebut untuk mendapatkan makna yang tepat. Proses menentukan makna ujaran ini bukanlah suatu perkara yang mudah kerana proses ini melibatkan proses minda yang kompleks (Akmajian, 2002). Sekiranya penerima tersalah tafsir makna mesej tersebut maka komunikasi akan gagal.

Sehubungan itu, pendengar terpaksa membuat tafsiran yang mendalam terhadap sesuatu ujaran yang didengarinya. Semasa membuat tafsiran makna, aspek-aspek yang lain seperti konteks termasuk sosial dan budaya dan niat penutur

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

tidak harus diketepikan. Dalam hal ini, penentuan makna yang diujarkan oleh penutur bergantung kepada penggunaannya mengikut konteks kerana konteks wujud dalam pelbagai kemungkinan pengertian menurut setiap perspektifnya (Hussin, 2010).

Pengkajian aspek makna dalam ujaran komunikasi memungkinkan terdapat makna yang bersifat taksa, kabur, tersirat atau sebaliknya, iaitu tersurat. Taksa ialah ayat-ayat yang tidak pasti maknanya. Ketaksaan ialah perkataan atau ayat yang mengandungi lebih daripada satu makna. Dalam Kamus Dewan Edisi Ketiga (2002), mendefinisikan taksa ialah sesuatu yang mempunyai makna yang kabur, menyangsikan, meragukan, boleh menimbulkan lebih daripada satu makna atau tafsiran. Sementara kabur ialah makna yang tidak terang atau nyata serta kurang jelas. Darwas Harahap (1994) menyatakan kekaburan pula dapat dibahagikan kepada empat jenis yang dijumpai dalam bahasa, iaitu pertama ialah kekaburan rujukan, kedua ketidakpastian makna, ketiga kurang ketentuan pada makna item itu dan keempat pertentangan pada penentuan makna item.

Makna tersurat merupakan makna sebenar yang terdapat pada kata tersebut. Makna tersebut merupakan makna yang sebenar dan dapat difahami secara terus. Makna tersirat pula dapat diertikan sebagai makna yang diperoleh berbeza daripada makna yang tertulis atau makna yang diujarkan (Darwis Harahap, 1994). Makna tersirat ini memerlukan pendengar atau pembaca bebas memberi tafsiran terhadap maksud yang ingin disampaikan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Bagi meneliti aspek makna dalam kajian ini, TR diaplikasikan dalam menilai dan mengintpretasi makna ujaran yang relevan atau sebaliknya. Pengkaji percaya bahawa terdapat unsur eksplikatur dan implikatur di sebalik ujaran yang disampaikan dalam setiap iklan televisyen terbitan KKMM yang dikaji. Eksplikatur ialah ujaran yang sangat mudah dikesan, bersifat harfiah dan tidak mengandungi maksud tersirat. Sementara implikatur ialah aspek ketersiratan makna sesuatu ujaran selain melihat hajat sebenar si penutur terhadap ujaran yang disampaikan.

Menurut Nor Hashimah (1992), implikatur dalam erti kata yang mudah ialah mesej yang tersirat yang disampaikan oleh penutur dalam perbualan. Mesej yang diperoleh merupakan apa-apa yang dideduksikan daripada apa-apa yang diperkatakan. Implikatur merupakan satu aspek penting dalam bidang pragmatik, iaitu bidang yang mengkaji hubungan bahasa dengan konteks. Carston (1988) menyatakan implikatur ialah mengenai mesej yang tersirat yang cuba disampaikan dengan ujaran yang tersurat. Implikatur melibatkan apa-apa yang diujarkan secara eksplisit dan juga apa-apa yang dilahirkan secara implisit (Nor Hashimah, 2003).

Terdapat dua jenis implikatur, iaitu implikatur konvensional dan implikatur tidak konvensional. Implikatur konvensional atau lazim adalah sesuatu yang biasa antara penutur dalam masyarakat yang sama yang berkongsi maklumat dan pengalaman. Implikatur tidak konvensional bergantung kepada

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

konteks tertentu. Istilah implikatur menjadi popular setelah diperkenalkan oleh Grice. Menurut Grice (1975), implikatur ialah satu bentuk pentafsiran makna yang melewati batas-batas makna literal sesebuah ayat. Implikatur perbualan dianggap sebagai kenyataan yang harus diambil kira oleh pendengar tentang sesuatu yang ingin disampaikan oleh seorang penutur kepada pendengar dengan membuat andaian-andaian.

Bersandar kepada pengertian yang dikemukakan oleh Grice (1975) dan Carston (1988), dapatlah dikatakan bahawa implikatur adalah sesuatu makna atau mesej yang implisit (tersirat) dalam sesuatu perbualan dan penting dalam ilmu pragmatik. Implikatur juga signifikan dalam menghuraikan fungsi-fungsi bahan-bahan atau rencana linguistik. Implikatur mampu memberi gambaran yang jelas tentang cara seseorang menyampaikan makna yang lebih mendalam tentang sesuatu yang diujarkan (Mustafa Atan, 2010).

Oleh yang demikian, adalah diharapkan di bahagian akhir kajian, pengkaji dapat menunjukan bahawa ujaran yang digunakan dalam 10 iklan televisyen adalah relevan atau tidak dalam menyampaikan makna nilai murni yang berkesan berdasarkan tiga aspek utama dalam Teori Relevans. Kelebihan TR dalam perbincangan kajian ini membuktikan bahawa terdapat ujaran yang bersifat implisit, kabur dan tersirat dapat dirungkaikan maknanya dengan jitu dan tepat. Perbincangan dan kupasan dalam kajian ini adalah penting bagi

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

penambahbaikan dalam menerbitkan iklan televisyen yang berkesan dan mantap dalam menyampaikan mesej positif kepada masyarakat.

3.6 Kesimpulan

Kesimpulannya, bab ini merupakan garis panduan dalam membantu kajian bagi menganalisis nilai murni yang terdapat dalam iklan televisyen terbitan KKMM. Metodologi kajian merupakan kaedah atau cara yang digunakan dalam mengumpul data secara sistematik dan mendapatkan dapatan kajian yang sahih. Malahan, bab ini amat penting dalam membantu pengkaji mencapai objektif kajian yang telah ditetapkan. Secara keseluruhannya, pengkaji memilih kaedah kualitatif, iaitu kaedah analisis kandungan terhadap iklan televisyen terbitan KKMM dengan tumpuan kepada aspek nilai murni dan makna nilai murni dengan disokong oleh Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986).

Oleh yang demikian, adalah diharapkan kajian ini dapat dijalankan dengan baik melalui pemilihan metodologi yang sesuai. Pengkaji juga merasakan kajian ini sangat perlu dan wajar dilakukan bersandarkan penemuan teori yang kukuh dan berkesan. Adalah diharapkan kajian ini mencapai objektif kajian, iaitu meneliti iklan televisyen terbitan Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM), mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni murni berdasarkan 16 nilai murni yang

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994) dan menghuraikan makna nilai murni dari sudut Teori Relevans. Malah di akhir dapatan kajian, pengkaji dapat menemui ujaran eksplikatur dan implikatur dalam 10 iklan televisyen yang dikaji.

Dalam hal ini, televisyen merupakan media elektronik yang amat berpengaruh dalam pembinaan sikap, pemikiran dan kebudayaan masyarakat. Dapat disimpulkan bahawa media elektronik, iaitu televisyen berkuasa dan berpengaruh dalam membentuk individu dan institusi masyarakat. Di sini, pengkaji melihat bahawa iklan televisyen mendukung pelbagai fungsi dan peranan yang kompleks dalam hampir keseluruhan kehidupan. Oleh itu, iklan televisyen dianggapkan dapat mempengaruhi dalam membentuk pemikiran, minda dan tingkah laku seseorang untuk menjadi manusia, iaitu warganegara yang baik, berbudi dan berguna kepada bangsa dan negara. Di samping itu, iklan televisyen berupaya memberikan pelbagai sumber maklumat dan mesej yang bermakna untuk dikuasai oleh masyarakat dalam pelbagai aspek kehidupan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

BAB 4

DAPATAN DAN PERBINCANGAN KAJIAN

4.0 Pengenalan

Dalam kajian ini, penelitian dibuat terhadap iklan televisyen di bawah Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM). Fokus utama kajian ini ialah mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994). Selain itu, pengkaji menumpukan aspek makna nilai murni yang ditonjolkan dalam iklan televisyen terbitan KKMM berdasarkan Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986). Pengaplikasian Teori Relevans dalam kajian ini dapat mengesan 10 iklan televisyen yang dikaji mengandungi ujaran eksplikatur dan implikatur atau sebaliknya. Dapatan kajian ini amat penting bagi penambahbaikan dalam penerbitan iklan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

televisyen bagi menyampaikan mesej yang jelas dan bermakna kepada masyarakat.

Pengkaji melihat peranan yang dimainkan oleh media massa, iaitu iklan televisyen adalah amat besar dalam menyumbang ke arah matlamat semasa negara untuk diaplikasikan pada masa kini. Pada masa yang sama, kedudukan dan peranan iklan televisyen perlu diletakkan pada kedudukan sewajarnya bukan sekadar untuk kepentingan komersial malah amat penting dalam menyampaikan mesej yang jelas dan bermakna kepada masyarakat. Ini secara tidak langsung, merupakan signifikasi dalam usaha menggalakkan penerapan nilai murni kepada masyarakat bagi menjana pembentukan modal insan yang berilmu pengetahuan, berkemahiran, inovatif, memiliki nilai jati diri, beretika dan berbudaya tinggi serta memiliki kekuatan moral.

Oleh yang demikian, segala perbincangan dan kupasan dalam bab ini adalah berasaskan kepada objektif kajian, iaitu meneliti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM, mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pelajaran Malaysia (1994) sebagai panduan kepada guru untuk diselitkan dalam P&P bahasa Melayu. Seterusnya, menghuraikan makna nilai murni berpandukan Teori Relevans mengikut aspek konteks, usaha memproses dan kesan konteks. Adalah diharapkan perbincangan dan kupasan ini berjaya mencapai objektifnya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

4.1 Iklan Televisyen Terbitan KKMM Yang Mengandungi Nilai Murni

KKMM telah banyak menerbitkan pelbagai jenis iklan televisyen dalam usaha menyebarkan hasrat semasa kerajaan kepada masyarakat Malaysia. Berdasarkan penelitian pengkaji terhadap penerbitan iklan televisyen di bawah KKMM dari tahun 2009 sehingga tahun 2012, terdapat hampir 45 iklan televisyen terbitan KKMM yang membawa pelbagai mesej, hasrat dan kempen kerajaan sama ada menggunakan watak realiti manusia dan animasi kartun. Senarai 45 iklan televisyen terbitan KKMM adalah seperti berikut:

Jadual 4.1

Iklan televisyen terbitan KKMM

Jenis	Tema
1. Cetak Rompak	Nilai
2. Dadah 1	Kesihatan
3. Makanan Alternatif	Kesihatan
4. Bersama Hapuskan Rasuah	Nilai
5. Sungaiku Hidupku Bersama Kita Pelihara	Nilai
6.Beli Barangan Buatan Malaysia	Gaya Hidup
7.Cukai Tanah Tangungjawab Bersama	Gaya Hidup
8.Kurangkan Gula	Kesihatan
9. Jimat Cermat	Nilai
10. Teknologi Hijau	Gaya Hidup
11. Pemilihan Makanan Sihat	Kesihatan
12. Panduan Keselamatan Jalan Raya	Keselamatan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

13. Bersama Mencengah Aedes	Kesihatan
15. Kempen Anti Merokok	Gaya Hidup
16. Tali Pinggang Belakang	Keselamatan
17.Tiada Alasan Tidak Cergas	Gaya Hidup
18.Kempen Derma Darah	Gaya Hidup
19.Cegah H1N1	Kesihatan
20. Amalan Gaya Hidup Sihat	Kesihatan
21.Memandu Secara Berhemah	Keselamatan
22. Pesanan Berhati-Hati Di Jalan Raya	Keselamatan
23.Bahasa Jiwa Bangsa	Nilai
24.Amalan Membaca	Nilai
25. Jalur Lebar	Gaya Hidup
26. Dadah 2	Kesihatan
27.Bersama Banteras Jenayah Ragut	Nilai
28.Portal MAMPU-Tahukah Anda?	Gaya Hidup
29. Mematuhi Undang-Undang Jalan Raya	Keselamatan
30. Promo Ada Yang Melihat	Nilai
31.Budi Bahasa Budaya Kita	Nilai Murni
32.1 Malaysia	Nilai
33.Kurangkan Manis Dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman	Nilai Murni
34. Menghargai Kemerdekaan	Nilai
35. Hari Raya	Nilai
36.Senyumlah	Nilai Murni
37.Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon	Nilai Murni
38.Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Dalam LRT	Nilai Murni
39. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran	Nilai Murni
40.Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih-Sama-Sama	Nilai Murni

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

41.Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua	Nilai Murni
42.Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita	Nilai Murni
43.Senyum-Kacang	Nilai
44.Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Buta Melintas Jalan Raya	Nilai Murni
45.Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Meletak Kenderaan	Nilai Murni

Jadual 4.1 di atas menunjukkan terdapat 45 iklan televisyen terbitan KKMM yang berjaya dikenal pasti oleh pengkaji. 45 iklan televisyen tersebut merupakan iklan televisyen yang mengandungi pelbagai tema, iaitu kesihatan, nilai, keselamatan dan gaya hidup masyarakat Malaysia. Penerbitan iklan televisyen di atas adalah salah satu usaha kerajaan dalam menyampaikan mesej yang positif bagi menjalankan kempen dan menjayakan hasrat semasa kerajaan kepada masyarakat.

Daripada 45 jenis iklan di atas, pengkaji meneliti 10 iklan televisyen yang memperlihatkan hasrat kerajaan dalam menjayakan dan merealisasikan Kempen Budi Bahasa dan Nilai-Nilai Murni kepada masyarakat Malaysia. Pemilihan 10 iklan televisyen terbitan KKMM dalam kajian ini adalah kerana 10 iklan televisyen tersebut adalah mengandungi pelbagai nilai murni yang menepati dengan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994). Senarai 10 iklan televisyen terbitan KKMM adalah seperti berikut:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

1. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon (TI1)
2. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Dalam LRT (TI2)
3. Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita (TI3)
4. Budi Bahasa Budaya Kita (TI4)
5. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua (TI5)
6. Kurangkan Manis Dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman (TI6)
7. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Meletak Kenderaan (TI7)
8. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Tua Melintas Jalan Raya (TI8)
9. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran (TI9)
10. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih-Sama-sama (TI10)

Matlamat Kempen Budi Bahasa dan Nilai-Nilai Murni yang dijalankan oleh kerajaan adalah untuk mendedah pelbagai nilai murni dan budi bahasa, menggalakkan penghayatan dan amalan nilai murni dalam kalangan masyarakat sebagai intisari peribadi serta perilaku anggota masyarakat dalam kehidupan harian. Ini adalah selaras dengan ucapan mantan Perdana Menteri Malaysia, YAB Dato' Seri Abdullah Hj. Ahmad Badawi bersempena dengan pelancaran Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni pada tahun 2005:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

> *"Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni ini merupakan agenda penting kerajaan untuk menyemarakkan dan menyemai semula budi bahasa dan nilai-nilai murni ke dalam jiwa setiap rakyat Malaysia. Kempen ini diharap dapat memperkukuh kembali kekuatan peribadi dan jati diri setiap individu. Negara akan menjadi agung jika warganya terdiri daripada insan-insan yang mengamal budaya murni. Tidak ada gunanya jika masyarakat Malaysia kaya dari segi kebendaan tapi muflis dari segi keperibadian".*

Pemilihan 10 iklan televisyen tersebut dalam kajian ini adalah selaras dengan misi KKMM dalam "melahirkan masyarakat Malaysia yang berbudi bahasa" bagi membudayakan budi bahasa dan amalan nilai murni dalam kehidupan harian masyarakat sehingga menjadi satu warisan bangsa Malaysia yang amat berharga (www.kpkk.gov.my). Maka, dapat dikatakan permilihan 10 iklan televisyen adalah bersesuaian kerana banyak mengandungi nilai murni.

Sehubungan itu, sudah pasti tumpuan dan fokus kajian pengkaji dalam kajian ini adalah nilai murni dalam iklan televisyen terbitan KKMM. 10 iklan televisyen tersebut adalah disiarkan oleh semua saluran televisyen seperti RTM, Media Prima dan Astro. Maka, semua masyarakat sebagai penonton tidak kira peringkat umur dapat menonton iklan televisyen tersebut dengan mudah dan terbuka. 10 iklan televisyen tersebut menggunakan watak manusia yang menggambarkan realiti kehidupan masyarakat hari ini.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

4.2 Nilai Murni Dalam 10 Iklan Televisyen Terbitan KKMM

Nilai murni didefinisikan sebagai perlakuan yang baik, peradaban dan tatasusila individu manusia dalam hubungannya sesama manusia, alam dan tuhan. Nilai murni merujuk perbuatan atau tingkah laku yang baik dan biasanya akan dijadikan teladan. Wan Mohd. Zahid (1988) mentakrifkan nilai murni sebagai tanggapan berkenaan perkara-perkara yang dihajati dan pada masa yang sama juga menjadi kriteria atau ukuran.

Berdasarkan hujahan di atas, nilai murni dapat disimpulkan sebagai budi pekerti, tingkah laku, perangai atau perlakuan yang diamalkan seseorang semasa berinteraksi dengan orang lain berdasarkan nilai baik yang disepakati bersama. Dalam bahagian ini, penganalisisan data dilakukan adalah berdasarkan kepada 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (1994) sebagai panduan kepada para guru untuk diselitkan dalam P&P bahasa Melayu seperti yang telah dinyatakan dalam Bab 2.

Sememangnya tidak dinafikan lagi bahawa 10 iklan televisyen terbitan KKMM yang dipilih dalam kajian ini mampu menonjolkan lebih daripada satu nilai murni. Walau bagaimanapun, disebabkan kajian ini memfokuskan aspek nilai murni, maka analisis kajian perlu dilakukan dengan lebih mendalam terhadap setiap nilai murni.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

4.2.1 Baik Hati

Baik hati merupakan salah satu nilai budi yang tergambar secara harafiah yang dapat memuaskan hati seseorang dan memberi manfaat serta kebaikan kepada dirinya, orang lain atau alam persekitarannya. Sikap baik hati meliputi sikap sentiasa mengambil berat terhadap perasaan dan kebajikan orang lain secara tulus ikhlas yang meliputi aspek belas kasihan, bertimbang rasa, murah hati, saling memahami dan bersedia memaafkan orang lain (Abdullah & Ainon, 1996). Dalam konteks perbincangan ini, dua tema dikategorikan di bawah nilai baik hati, iaitu prihatin dan saling memaafkan.

a) Prihatin

Nilai baik hati dipamerkan dalam TI3 yang memperlihatkan sikap L2 yang ikhlas membantu membawa jirannya, L1 yang dalam kesakitan ke hospital. Ini menggambarkan L2 seorang yang mengambil berat terhadap kebajikan jirannya. Contoh (1) di bawah:

L1 : Allah! Bawa saya sekarang ke klinik.
IL1 : Saya tak boleh bawa kereta bang.
Mujurlah L2 mahu membantu L1 membawa ke hospital.
L1 : Kalau bukan Encik Gopal yang tolong saya semalam, tidak tau la apa yang akan terjadi.
(Teks Iklan 3)

Sementara dalam iklan TI8, kelihatan seorang L1 digambarkan mempunyai perasaan nilai baik hati apabila tindakannya membantu memimpin

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

LT1 yang kurang jelas penglihatan untuk melintas jalan. Misalnya, contoh (2) di bawah:

L1 : Ya pakcik, boleh saya bantu?
LT1 : Pak cik nak melintas jalan nak tapi mata pak cik kurang jelas.
L1 : Takpa, pak cik. Biar saya bantu.
LT1 : Terima kasih nak.

(Teks Iklan 8)

b) Saling Memaafkan

Seterusnya, nilai baik hati terpancar melalui sikap L2 yang pemaaf dan tidak menyimpan perasaan setelah berlaku perselisihan faham antara mereka. L2 dilihat tidak mempunyai perasaan syak wasangka yang negatif terhadap L1. Dalam hal ini, nilai baik hati dikesan apabila tindakan L2 yang bersedia memaafkan kesalahan jirannya, L1 seperti contoh (3) di bawah:

L1 : Kalau bukan Encik Gopal yang tolong saya semalam, tidak tau la apa yang akan terjadi.
L2 : Tak apa la Encik Ismail, sebagai jiran, kita wajib menolong jika dalam kesusahan. Kita bukan saja jiran yang baik, tetapi macam adik-beradik.

(Teks Iklan 3)

4.2.2 Hemah Tinggi

Hemah tinggi ialah beradab sopan dan berbudi pekerti mulia dalam pergaulan seharian (Abdullah & Ainon, 1996). Nilai hemah tinggi merangkumi amalan berbudi bahasa dan beradab dalam pergaulan serta beramah mesra, iaitu sedia bergaul mesra dengan semua orang. Sidik Baba (2005) menyatakan berbudi bahasa

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

sebagai amalan yang memupuk sikap kesalingan menggunakan bahasa yang baik, tanda hormat, perhargaan terima kasih dan faham akan makam atau martabat seseorang. Dalam perbincangan ini, nilai hemah tinggi dikategorikan kepada tiga terma, iaitu berbudi bahasa, amalan senyuman dan kesopanan.

a) Berbudi Bahasa

Dalam TI1, menggambarkan nilai budi bahasa yang bersopan dalam berkomunikasi dengan orang lain dan menggunakan kesantunan bahasa dalam menjawab setiap panggilan telefon dengan nada suara yang lembut, tenang, jelas dan mesra. Selain itu, dalam berinteraksi elakkan daripada kedengaran bosan dan keletihan semasa melayan panggilan. Jangan sesekali membiarkan emosi mempengaruhi tugasan dan bersedia membantu tanpa diminta. Misalnya, melalui watak L1 dalam contoh (1) di bawah:

> L1: Selamat pagi. Terima kasih kerana menghubungi kami. Ada apa yang boleh saya bantu?.
>
> (Teks Iklan 1)

Amalan budi bahasa sesama rakan sejawat adalah melalui percakapan yang sopan dan menunjukkan rasa hormat dengan menggunakan bahasa sesuai berdasarkan umur dan pangkat. Sebagai rakan perlu saling menghormati antara satu sama lain untuk membina setia kawan yang erat dan teguh melalui amalan budi bahasa. Segala teguran dan nasihat hendaklah diberikan menggunakan kata-kata yang positif dan berhemah. Umpamanya, seperti contoh (2) di bawah:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

P1 : Encik Rahman? Sebentar ya encik. Panggilan untuk awak, Man.

(Teks Iklan 1)

Amalan budi pekerti yang mulia, bahasa yang halus serta bertimbang rasa akan sentiasa menarik rakan sekerja untuk bersama menjalankan kerja yang bermutu, membina kesatuan organisasi dan juga mencapai matlamat dan misi organisasi. Bersifat mesra juga harus dijadikan nilai utama dalam kehidupan seharian kerana akan disenangi oleh orang yang lain.

Seterusnya, nilai kesopanan diungkapkan dalam setiap ujaran dan perbuatan dalam TI3. Misalnya, sesuatu teguran harus diucapkan dengan kata-kata berhemah tanpa menggunakan ayat sindiran dan kesat yang boleh menyinggung perasaan dalam hubungan jiran tetangga. Misalnya, L2 tetap melayan jirannya dengan baik walaupun Ll selalu bersikap kurang sopan terhadapnya. Contoh (3) adalah seperti berikut:

L1: Ini mesti kerja dia!.
L2 : *Sorry.*
L1 : *Sorry* saja kau tau.
L1 : Hei, kau ada otak ke? Kau suka-suka hati saja buang sampah kat tempat aku.

(Teks Iklan 3)

Dalam kehidupan masyarakat majmuk, kita harus menunjukkan sifat berbudi bahasa dengan sesiapa jua sekalipun tanpa mengira status, kaum dan agama. Setiap tutur kata harus dijaga, tingkah laku harus tertib dan sentiasa bersopan santun ketika berinteraksi. Hal ini kerana, bahasa dan sikap yang ditunjukkan oleh seseorang melambangkan keperibadian mereka.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Dalam TI5 juga memaparkan nilai budi bahasa yang perlu disemat kepada golongan pelajar. Dalam iklan tersebut, memperlihatkan sekumpulan P sekolah yang menjawab pertanyaan seorang PT1 dengan tidak bersungguh-sungguh. Adalah wajar PL1 menjawab pertanyaan T1 dengan menggunakan kesantunan bahasa yang baik dan sopan tanpa mengungkap kata-kata kesat dan sindiran yang boleh menyinggung perasaan orang tua. Misalnya, dalam contoh (4) di bawah:

PT1 : Nak, ada nampak tak cucu nenek, Mira?
PL1 : Mira mana nek? (menjawab soalan acuh tidak acuh).

(Teks Iklan 5)

Manakala dalam TI2, amalan budi bahasa dapat dikesan melalui ungkapan terima kasih yang diucapkan. Misalnya, seorang PT1 kelihatan amat gembira dan mengucapkan terima kasih kerana seorang L1 bersikap bertimbang rasa kepadanya apabila mempelawanya duduk. L1 tersenyum lalu tunduk hormat kepada PT1 dan membalas ucapan terima kasih.

Malahan TI8, pengkaji dapat mengesan nilai hemah tinggi ditonjolkan melalui watak seorang L1 yang sangat prihatin membantu seorang LT1 untuk melintas jalan raya. Sikap L1 yang menggunakan kesantunan bahasa yang baik haruslah dipuji. Misalnya, L1 memanggil LT1 dengan sapaan pakcik melalui contoh (5) di bawah:

L1 : Ya pakcik, boleh saya bantu?
LT1 : Pakcik nak melintas jalan nak tapi mata pakcik kurang jelas.
L1 : Takpa, pakcik. Biar saya bantu.
LT1 : Terima kasih nak.

(Teks Iklan 8)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID

Amalan budi bahasa dalam institusi kekeluargaan dilihat dengan cara

N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

bergaul dengan saudara mengikut taraf dalam keluarga serta mengikut umur lebih tua atau lebih muda. Jika seorang anak buah atau anak saudara sentiasa menyapa bapa saudara atau emak saudara dengan panggilan pangkat seperti apa khabar Pak Long? sudah makan Pak Cik?. Berbahasa seperti ini adalah amat baik kerana menunjukkan sopan santun yang tinggi.

Tidak ketinggalan dalam TI10, mempamerkan nilai hemah tinggi menerusi ungkapan terima kasih: sama-sama. Ungkapan ini mudah dilontarkan tetapi mengandungi nilai estetika yang sangat tinggi, mampu membina perhubungan yang mesra dan sebagai tanda penghargaan di atas sesuatu perkara yang dilakukan tanpa meminta balasan seperti contoh (6) di bawah:

> PT1 berbangsa Cina sedang menuju ke asrama AY1 dengan membawa buah tangan untuk diberikan kepada AY1 yang berada di situ.
> AY1 : (berlari ke arah PT1). Terima kasih.
> PT1 : Sama-sama. (sambil melambai).
>
> (Teks Iklan 10)

Masyarakat yang berbudi bahasa akan saling menghormati tidak kira apa jua warna kulit, taraf dan umur individu tersebut kerana dapat hidup dalam masyarakat yang berbeza budaya, adat dan kepercayaan.

Sementara itu, dalam TI4 memperlihatkan seorang L1 yang begitu sombong kerana tidak mahu mengucapkan terima kasih apabila seorang L2 telah memberikan ruang untuk duduk. Seterusnya, diperlihatkan seorang BL1 yang sudi menghulurkan bantuan kepada seorang W1 hamil yang membawa terlalu

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

banyak barang. W1 mengucapkan terima kasih dan melemparkan senyuman yang ikhlas kepada BL1.

Sehubungan itu, kehadiran seorang BL1 yang sudi membantu W1 mempamerkan nilai hemah tinggi dan W1 mengucapkan terima kasih:sama-sama sebagai penghargaan di atas bantuan yang dihulurkan tadi. Mengucapkan terima kasih bukanlah suatu perkara yang membebankan malah cara yang amat mudah dan dapat merapatkan hubungan silaturahim dalam hidup bermasyarakat. Sebagai masyarakat, kita perlu membiasakan diri dengan mengucapkan ungkapan terima kasih kepada sesiapa sahaja yang sudi menghulurkan bantuan.

b) Amalan Senyuman

Amalan "senyum" mampu memberikan satu kekuatan, semangat dan harapan. Sesuai dengan slogan 'Satu Malaysia' tidak kira bangsa, agama mahupun keturunan, kita digalakkan untuk berbuat baik sesama manusia seperti melemparkan senyuman. Mengikut konteks Islam, senyum merupakan satu sedekah. Amalan senyum merupakan amalan murni yang mampu melembutkan hati yang keras dan mampu menghilang kesedihan. Senyum juga mampu memberikan sifat positif kepada diri sendiri mahupun pada orang lain. Tidak kira di mana jua berada, amalan senyuman merupakan tanda hormat kepada masyarakat sekeliling.

Amalan budi bahasa turut dipersembahkan dalam iklan TI6 menerusi amalan senyum. Amalan senyum amat digalakkan sebagai tanda

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

penghormatan dan penghargaan kepada seseorang dengan cara menerima pelanggan dengan mesra serta mengucapkan salam dan selamat sebagai mengalu-alukan kehadiran pelanggan. Dengan cara ini, pelanggan merasa senang hati, peramah, ceria serta mudah mesra dan disenangi pelanggan. Kita juga digalakkan melihat wajah pelanggan dan memberi perhatian apabila mereka bercakap serta memberi ucapan terima kasih apabila selesai berurusan dengan pihak pejabat. Umpamanya, dalam contoh (7) ialah:

L1 : (Memberi sesuatu kepada petugas di kaunter pertanyaan).
PK : (Menunjukkan ke arah sesuatu tempat dengan senyuman manis).
L1 : (Mengambil kad semula dan berlalu pergi).
PK : Terima kasih (senyum dan berasa hairan dengan kelakuan L1).

(Teks Iklan 6)

c) Kesopanan

Selain itu, dalam TI7 memaparkan nilai hemah tinggi sebagai bersedia menerima nasihat, teguran, tunjuk ajar dengan hati yang terbuka serta sentiasa mematuhi arahan atau peraturan. Ini dibuktikan apabila seorang L1 yang memandu dan meletakkan keretanya di tempat letak kereta dengan cara yang salah dan tanpa melengahkan masa L1 terus memperbetulkan kesilapan dengan meletakkan keretanya dengan cara yang betul. Misalnya, dalam contoh (8) berikut:

Kelihatan seorang L1 sedang memandu dan meletakkan keretanya. Lalu, seorang P1 menggelengkan kepala kepada L1. L1 masuk semula ke dalam keretanya. Lalu memandu dan memperbetulkan kenderaannya semula dengan baik di ruang yang betul.

(Teks Iklan 7)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Sesuai dengan pepatah Melayu "orang berbudi kita berbahasa". Amalan berbudi bahasa ini akan melahirkan individu dan masyarakat yang mempunyai identiti positif, berfikiran luas, terbuka serta bertanggungjawab bukan sahaja terhadap diri sendiri malahan terhadap keluarga, rakan, jiran, pemimpin, guru dan persekitaran.

4.2.3 Hormat-menghormati

Nilai hormat-menghormati merupakan sifat suka memuliakan dan menghargai seseorang atau institusi sosial dengan memberi layanan yang bersopan serta berhemah. Nilai ini merangkumi hormat dan taat kepada ibu bapa, hormat kepada orang yang lebih tua, guru, rakan, jiran tetangga dan pemimpin, hormat kepada raja dan negara, patuh kepada undang-undang, hormat kepada hak asasi, hormat kepada kepercayaan dan adat resam pelbagai keturunan serta hormat kepada keperibadian individu lain.

Sikap menghormati orang lain adalah bermakna tidak boleh menghina seseorang kerana miskin atau martabatnya rendah. Begitu juga setiap perbuatan baik hendaklah dihargai (Abdullah & Ainon, 1996). Dalam konteks nilai ini, dua tema dikategorikan, iaitu memuliakan dan menghargai orang.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

a) Memuliakan orang

Nilai murni yang terdapat dalam TI2 adalah menghormati orang tua yang menggambarkan situasi dalam Sistem Transit Aliran Ringan (LRT), iaitu kebanyakan masyarakat kini tidak prihatin terhadap orang tua, ibu mengandung dan orang kurang upaya (OKU) yakni tidak diberikan keutamaan untuk duduk. Impaknya, iklan ini mengajar masyarakat supaya lebih prihatin terhadap golongan masyarakat yang patut diutamakan.

Misalnya, sikap yang ditunjukkan oleh seorang pelakon, iaitu Adlin Aman Ramli (L1) yang mementingkan diri sendiri kerana berpura-pura tidur semasa seorang PT1 sedang berdiri berhampiran dengannya. Situasi ini dapat diklasifikasikan sebagai sikap yang kurang sopan terhadap orang yang lebih tua. Sebagai seorang belia, L1 seharusnya menunjukkan sikap yang mencerminkan seorang yang berkerjaya dan mempunyai nilai hormat terhadap warga emas. Misalnya, dalam contoh (1) berikut:

> Situasi di stesen LRT, kelihatan orang ramai berpusu-pusu untuk memasuki ke dalam LRT. Suasana di dalam LRT sangat sesak dan padat dengan orang ramai. Kelihatan PT1 yang berumur dalam lingkungan 40-an sedang berdiri. Namun, tiada seorang pun yang ingin bangun untuk mempelawanya duduk. PT1 hanya memerhati semua orang yang berada di dalam LRT itu jika ada sesiapa yang ingin memberikan tempat duduk kepadanya.
>
> (Teks iklan 2)

Sementara dalam TI3 tergambar sikap L1 yang tidak menghormati jirannya, L2 dengan cara memarahi tanpa memikirkan perasaan dan cara terbaik

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

untuk menegur jirannya. Dalam kehidupan berjiran adalah amat penting mempunyai nilai saling menghormati kerana dapat melahirkan kehidupan bermasyarakat majmuk dalam pelbagai budaya dan resam yang harmoni. Masyarakat seharusnya melayan jiran dengan sebaiknya tanpa mengabaikan hak-hak jiran yang telah ditetapkan serta tidak berkelakuan biadap dengan mengeluarkan tutur kata yang boleh mengguris perasaan jiran. Misalnya, dalam contoh (2) di bawah:

L1 : Hei, kau ada otak ke? Kau suka-suka hati saja buang sampah kat tempat aku.

(Teks iklan 3)

L2 sepatutnya menggambarkan budi bahasa yang bersopan santun di dalam berkomunikasi dengan orang lain dengan tidak menggunakan perkataan yang boleh menyinggung perasaan orang lain seperti kata-kata berbentuk sindiran ataupun cacian.

Seterusnya, dalam TI5 digambarkan sikap seorang PL1 yang menjawab pertanyaan seorang PT1 dengan tidak acuh sehingga mengguris perasaaan. Penyampaian mesej tersebut adalah secara tersirat, iaitu PL1 sepatutnya menghormati orang yang lebih tua dengan menjawab pertanyaan dengan baik, jujur dan sopan. Contohnya, dalam contoh (3) di bawah:

Seorang PT1 sedang berjalan menuju ke stesen bas.
PT1 : Nak, ada nampak tak cucu nenek Mira.
PL1 : Mira mana nek? (menjawab soalan acuh tidak acuh).
PT1 berkecik hati dengan sikap PL1. Tiba-tiba PP1 datang.
PP1 : Kenapa nek?
PL1 : Laa…nenek Mira rupanya (muka terkejut).
PL2 : Tulah kau, melepas.

(Teks iklan 5)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Bertutur, bercakap atau berbual dengan yang orang tua mestilah menggunakan nada suara yang lembut dan kelakuan yang sopan. Kelakuan seperti mempermainkan dan mempersendakan ketika bercakap dengan orang tua adalah sifat negatif dan biadab. Malahan, pertuturan dan kelakuan kasar tidak diizinkan dalam sebarang pergaulan. Bersopan santun dan bertatasusila dalam setiap perlakuan akan melahirkan hubungan baik yang berterusan, walaupun terdapat perbezaan dari segi umur, jantina dan pengalaman. Tuntasnya, mesej yang disampaikan dalam TI5 adalah untuk mengajak masyarakat supaya lebih menghormati orang tua.

b) Menghargai

Dalam TI6, ditunjukkan tindakan seorang PK hotel menundukkan kepalanya sambil tersenyum kepada seorang LT1 yang dianggap sebagai tetamu di hotel tersebut sebagai tanda hormat dan penghargaan, iaitu mengalu-ngalukan kehadiran tetamu. Perlakuan ini dapat mencetuskan satu perasaan yang disenangi dan mesra kepada tetamu yang datang. Contoh (4) di bawah:

PK1 : (Tunduk hormat sambil tersenyum).
L1 : (Masuk ke dalam hotel).
L1 : (Memberi sesuatu kepada PK di kaunter pertanyaan).
PK : (Menunjukkan ke arah sesuatu tempat dengan senyuman).

(Teks iklan 6)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

4.2.4 Kasih Sayang

Kasih sayang ialah kepekaan dan perasaan cinta yang mendalam serta berkekalan yang lahir daripada hati yang ikhlas. Kasih sayang menggambarkan satu cetusan emosi terhadap sesuatu yang melibatkan suasana, sikap dan harapan terhadap seseorang atau sesuatu yang lain. Rasa kasih sayang lahir dari hati yang ikhlas terhadap sesuatu tanpa sebarang unsur kepentingan diri, sayang kepada nyawa, sayang kepada alam sekeliling, cinta kepada negara, cinta kepada keamanan dan keharmonian.

Menurut Abdullah & Ainon (1996), kasih sayang ialah nilai yang terpenting untuk mencipta kehidupan masyarakat yang sejahtera. Setiap orang hendaklah saling menyayangi sesama manusia tanpa mengira bangsa, agama, keturunan atau hartanya. Kasih sayang melahirkan hubungan persahabatan yang akrab, cinta yang sejati, kesetiaan yang tidak berbelah bagi, belas kasihan dan sikap bertolak ansur.

Nilai kasih sayang diadaptasikan dalam TI3 melalui ujaran yang dilontarkan oleh L2 yang mengatakan bahawa "kita bukan saja jiran yang baik, tetapi macam adik beradik". Situasi ini memberi gambaran bahawa dua jiran yang berlainan kaum, budaya dan agama boleh menjadi hubungan yang baik dan erat ibarat adik-beradik melalui kasih sayang yang dipupuk sejak awal perkenalan lagi. Misalnya, dalam contoh (1) seperti berikut:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

L2 : Tak apa la Encik Ismail, sebagai jiran, kita wajib menolong jika dalam kesusahan. Kita bukan saja jiran yang baik, tetapi macam adik-beradik.

(Teks Iklan 3)

4.2.5 Kejujuran

Kejujuran merujuk keperibadian dan perlakuan yang mencerminkan isi hati seseorang untuk melakukan sesuatu secara jujur, ikhlas serta tidak mengharapkan balasan. Dengan erti kata lain, kejujuran merangkumi segenap perasaan manusia yang dilaksanakan atas dasar kesedaran dan bertanggungjawab supaya kehidupan menjadi aman dan bahagia. Hal ini bertepatan dengan pendapat Imam Ghazali (1991) yang menyebutkan bahawa nilai kejujuran menjadi asas penting kerana kejujuran dalam melaksanakan sesuatu urusan dan menjadikan dasar dalam memutuskan sesuatu tindakan akan turut membentuk budi pekerti yang luhur serta membina perlakuan mulia.

Pendapat Abdullah & Ainon (1996) berkenaan dengan kejujuran diterjemahkan sebagai sifat yang sangat tinggi nilainya dalam membentuk peribadi. Antara sifat-sifat yang termasuk di bawah kejujuran ialah keikhlasan, menepati janji, amanah dan berterus terang. Amanah merupakan salah satu aspek yang terangkum dalam nilai kejujuran. Amanah bermaksud akan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh orang kepadanya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Amanah ialah menyedari hakikat bahawa tugas adalah amanah yang perlu dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, menghindarkan dengan rela hati akan kepentingan diri dari mengatasi kepentingan tugas dan menentukan tiada penyelewengan dalam tugas sama ada dari segi masa, kuasa, sumber wang dan peralatan serta tenaga kerja serta mengetahui kepentingan dan mengutamakan yang lebih penting, menilai tinggi masa dan janji, mengamalkan cara bekerja yang kemas dan terancang dan mempunyai etika kerja dan profesionalisme yang tinggi (Buku Panduan Kempen Budi Bahasa Budaya Kita, 2005). Oleh itu, pengkaji mengkategori dua tema di bawah nilai kejujuran, iaitu bertanggungjawab dan ikhlas tanpa mengharapkan balasan.

a) Bertanggungjawab

Bertanggungjawab ialah kesanggupan diri seseorang untuk memikul dan melaksanakan tugas serta kewajipan dengan sempurna. Orang yang bertanggungjawab adalah orang yang berani menanggung risiko atas pilihannya, iaitu menerima tanggungjawab moral atas akibat sikap, kata-kata dan tindakannya. Orang yang tidak berani menanggung akibat biasanya selalu berusaha menghindari tanggungjawab, menyalahkan orang lain, membuat alasan atau menutupi kesalahannya.

Ciri-ciri orang yang bertanggungjawab ialah menerima amanah adalah terhadap Tuhan, di samping pekerjaan dan majikan, melakukan tugas dengan kesedaran terhadap implikasi baik dan buruknya, iaitu sentiasa

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

waspada dan jujur, bersedia berkhidmat dan menghulurkan bantuan bila-bila sahaja diperlukan, tidak mengkhianati kepentingan organisasi, institusi, awam dalam menjalankan tugas dan bersedia menjaga maruah agama, bangsa dan negara.

Sifat bertanggungjawab jelas dipamerkan TI1 sebagai pekerja dalam sesebuah organisasi. Seorang pekerja tidak seharusnya mengabaikan tanggungjawab yang telah diberikan seperti menjawab panggilan telefon dan perlu menyusun segala kerja secara teratur dan sistematik. Contohnya, dalam contoh (1) di bawah :

> Tiba-tiba telefon berdering. L1 terlalu leka dengan tugasan yang diberikan sehingga mengabaikan telefon tersebut. Kemudian, P1 datang dan menjawab telefon yang berdering tadi.
>
> (Teks Iklan 1)

Berdasarkan TI1, L1 tidak seharusnya mengabaikan tanggungjawab yang telah diberi kepadanya. Antara mesej yang diperlihatkan kepada penonton ialah kita tidak seharusnya mengamalkan sikap sambil lewa terhadap sesuatu tugasan yang diberikan. Selain itu, kita digalakkan sentiasa menepati masa untuk menyelesaikan setiap tugasan yang diberikan oleh ketua serta sentiasa mematuhi peraturan dan prosedur yang telah ditetapkan.

Nilai bertanggungjawab dalam TI7 dikesan apabila seorang L1 bertanggungjawab meletakkan keretanya di tempat yang betul bagi memudahkan orang lain meletak kereta. Senario ini memberi tauladan dan pengajaran kepada masyarakat supaya mempunyai nilai tanggungjawab dalam

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

menggunakan harta benda awam secara bersama dan bukan untuk kepentingan diri sendiri. Contohnya, dalam contoh (2) seperti berikut:

> L1 masuk semula ke dalam keretanya. Lalu, memandu dan memperbetulkan kenderaannya.
>
> (Teks iklan 7)

b) Ikhlas Tanpa Mengharap Balasan

Dalam TI8 mengungkapkan nilai bertanggungjawab terhadap keperluan sekeliling. Dalam iklan ini, diperlihatkan seorang L1 sangat bertanggungjawab kerana membantu seorang LT1 yang sudah tua dan kurang upaya untuk melintas jalan kerana penglihatan yang kurang jelas dan kabur seperti dalam contoh (3) ialah:

> Kelihatan seorang L1 keluar dari keretanya. Tiba-tiba dia terpandang seorang LT1 yang hendak melintas jalan.
>
> L1 : Ya pakcik, boleh saya bantu?
>
> LT1 : Pak cik nak melintas jalan nak tapi mata pak cik kurang jelas.
>
> L1 : Takpa, pak cik. Biar saya bantu.
>
> LT1 : Terima kasih nak.
>
> (Teks Iklan 8)

4.2.6 Kerajinan

Kerajianan ialah usaha yang berterusan penuh dengan semangat ketekunan, kecekalan, kegigihan, dedikasi dan berdaya maju dalam melakukan sesuatu perkara. Nilai kerajinan menggambarkan usaha bersungguh dan bersemangat dalam melakukan sesuatu pekerjaan. Oleh itu, kerajinan adalah usaha berterusan yang dilakukan dengan penuh semangat waja untuk mencapai

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

kejayaan dan kecemerlangan. Nilai kerajinan merangkumi sifat cekal, gigih dan tekun (Buku Panduan Kempen Budi Bahasa Budaya Kita, 2005).

Kerajinan ialah anak tangga kepada kejayaan di dalam apa jua kegiatan yang dibuat. Sifat-sifat rajin termasuklah kesanggupan untuk bekerja bertungkus-lumus, tidak mengenal penat lelah, berdaya usaha, gigih, tidakmudah mengaku kalah dan tidak membuang masa. Kerajinan juga bermaksud tidak menganggap kerjasebagai beban tetapi sesuatu yang mendatangkan keseronokan. Sifat-sifat lain seperti tekun, sabar dan berjimat cermat termasuk dalam nilai kerajinan. (Abdullah & Ainon, 1996)

Seorang individu yang rajin mempunyai ciri-ciri seperti berusaha bersungguh-sungguh untuk mencapai kesempurnaan dalam tugas dan kehidupan, rajin mempelajari pengetahuan dan kemahiran yang berkaitan untuk membaiki taraf hidup dan berusaha gigih untuk menghasilkan kerja yang memuaskan sehingga mencapai tahap cemerlang.

Dalam TI9 menunjukkan seorang L1 menyedari akan nilai kerajinan apabila melihat sekumpulan P menyorong semula kerusi apabila selesai minum di sebuah restoran. Secara tidak sengaja, L1 terus mempraktikkan amalan tersebut. Mesej yang disampaikan adalah amat mudah dan ringkas untuk dijadikan tauladan dan ikutan oleh masyarakat. Nilai kerajianan boleh dipupuk dan dimulakan dengan melakukan perkara atau perbuatan yang mudah. Umpamanya, dalam contoh (1) di bawah ialah:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

> Kelihatan seorang L1 sedang minum di sebuah restoran. Lalu, L1 memerhati gelagat sekumpulan P yang mahu pulang, menyorong semula kerusi tersebut. L1 seakan teringat semula perlakuannya sebelum ini yang membiarkan sahaja kerusi dan terus berlalu pergi. Lalu L1 sedar akan perbuatannya, lantas menyorong semula kerusinya sebelum meninggalkan restoren.
>
> (Teks Iklan 9)

4.2.7 Kerjasama

Kerjasama bermaksud usaha yang baik dan membina yang dilakukan secara bersama-sama pada semua peringkat individu, komuniti masyarakat atau negara untuk mencapai sesuatu matlamat. Negara memandangkan nilai kerjasama sebagai faktor terkuat dalam menegakkan sesebuah masyarakat yang seimbang baik dari segi jasmani, rohani, emosi dan intelek. Islam menggesa masyarakat supaya meningkatkan kerjasama dalam segala urusan kehidupan untuk kebaikan bersama (Buku Panduan Kempen Budi Bahasa Budaya Kita, 2005).

Nilai bekerjasama terpancar pada sikap dan perbuatan. Daripada sikap, orang yang bekerjasama sedia berunding, berbincang dan bermuafakat di dalam membuat keputusan. Mereka mementingkan persetujuan ramai daripada pendapat individu dan saling membantu serta bergotong-royong. Bekerjasama juga membawa maksud sentiasa bersatu dan bersedia menghadapi segala cabaran, kesusahan dan kesenangan bersama-sama (Abdullah & Ainon, 1996). Dalam nilai kerjasama, pengkaji

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mengkategorikan dua terma, iaitu amalan tolong-menolong secara berkumpulan dan toleransi.

a) Amalan Tolong-Menolong

Amalan tolong-menolong secara berkumpulan termasuk dalam nilai kerjasama. Tolong-menolong adalah amalan yang mulia dan dapat menggambarkan seseorang yang suka menolong adalah tidak pentingkan diri sendiri. Dengan wujudnya amalan ini, hubungan tali persaudaraan sesebuah masyarakat itu akan kukuh dan selamat. Amalan tolong-menolong dapat membentuk komuniti yang saling memberikan pertolongan kepada orang lain. Misalnya, saling menolong dalam melakukan sesuatu tugasan. Amalan ini akan menjadikan individu lebih bersemangat untuk bekerja dalam kumpulan. Bak kata pepatah "berat sama dipikul: ringan sama dijinjing".

Dalam TI1 jelas menonjolkan amalan tolong-menolong sebagai rakan sekerja dalam melaksanakan sesuatu kerja secara berkumpulan atau berorganisasi. Sebagai contoh, seorang P1 datang membantu menjawab panggilan telefon tersebut bagi pihak rakannya, iaitu L1 yang terlalu sibuk dan tidak bertanggungjawab untuk menjawab panggilan telefon. Contoh (1) adalah seperti di bawah:

> Seorang L1 sedang sibuk bekerja dari jam 8.30 pagi sehingga jam 2.30 petang. Tiba-tiba telefon berdering. L1 terlalu leka dengan tugasan yang diberikan sehingga mengabaikan telefon tersebut. Kemudian, P1 datang dan menjawab telefon yang berdering tadi.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mengkategorikan dua terma, iaitu amalan tolong-menolong secara berkumpulan dan toleransi.

a) Amalan Tolong-Menolong

Amalan tolong-menolong secara berkumpulan termasuk dalam nilai kerjasama. Tolong-menolong adalah amalan yang mulia dan dapat menggambarkan seseorang yang suka menolong adalah tidak pentingkan diri sendiri. Dengan wujudnya amalan ini, hubungan tali persaudaraan sesebuah masyarakat itu akan kukuh dan selamat. Amalan tolong-menolong dapat membentuk komuniti yang saling memberikan pertolongan kepada orang lain. Misalnya, saling menolong dalam melakukan sesuatu tugasan. Amalan ini akan menjadikan individu lebih bersemangat untuk bekerja dalam kumpulan. Bak kata pepatah "berat sama dipikul: ringan sama dijinjing".

Dalam TI1 jelas menonjolkan amalan tolong-menolong sebagai rakan sekerja dalam melaksanakan sesuatu kerja secara berkumpulan atau berorganisasi. Sebagai contoh, seorang P1 datang membantu menjawab panggilan telefon tersebut bagi pihak rakannya, iaitu L1 yang terlalu sibuk dan tidak bertanggungjawab untuk menjawab panggilan telefon. Contoh (1) adalah seperti di bawah:

> Seorang L1 sedang sibuk bekerja dari jam 8.30 pagi sehingga jam 2.30 petang. Tiba-tiba telefon berdering. L1 terlalu leka dengan tugasan yang diberikan sehingga mengabaikan telefon tersebut. Kemudian, P1 datang dan menjawab telefon yang berdering tadi.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

P1: Hai, selamat petang. Ada apa-apa yang boleh saya bantu? Encik Rahman? Sebentar ya encik. Panggilan untuk awak, Man.

L1 merasa segan kepada P1. L1 sedar akan perbuatannya yang tidak bertanggungjawab. Esok dan hari-hari berikut.

L1: Ada apa yang boleh saya bantu?

(Teks Iklan 1)

Sebagai rakan atau sahabat patut saling menghormati antara satu sama lain untuk membina setia kawan yang erat dan teguh. Perasaan kerakanan boleh melahirkan kemesraan, rasa saling membantu dan tolong-menolong. Tuntasnya, nilai bekerjasama ialah mengamalkan sikap tolong-menolong dalam melaksanakan kerja, sentiasa secara sukarela menyertai aktiviti-aktiviti organisasi sebagai sebahagian daripada usaha mempertingkatkan semangat kerjasama, mengamalkan sikap bantu-membantu dan bermuafakat dalam melaksanakan tugas serta sentiasa menjaga kebersihan diri, berpakaian kemas dan terurus di samping mengamalkan permuafakatan dalam semua perkara kepentingan bersama.

b) Toleransi

Sifat toleransi juga merupakan salah satu aspek yang merangkumi nilai berkerjasama. Toleransi ialah kesanggupan bertolak ansur, sabar dan mengawal diri bagi mengelakkan berlakunya pertelingkahan dan perselisihan faham demi kesejahteraan hidup. Sikap toleransi sesama kaum merupakan tunjang utama kepada keharmonian dan kesejahteraan dalam kehidupan bermasyarakat. Perasaan bertimbang rasa adalah sebahagian daripada sikap terpuji tanpa mengira perbezaan latar belakang sesuatu kaum.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Seseorang yang kaya dengan budi pekerti dan teguh dengan amalan nilai murninya tidak akan mementingkan diri sendiri (Buku Panduan Kempen Budi Bahasa Budaya Kita, 2005).

Sifat toleransi juga merupakan salah satu aspek nilai berkerjasama sebagai kesanggupan bertolak ansur, sabar dan mengawal diri bagi mengelakkan berlakunya pertelingkahan dan perselisihan faham demi kesejahteraan hidup. Melalui TI3, meninggalkan impak yang baik dan berjaya menyampaikan sifat toleransi kepada para penonton untuk dicontohi. Perbezaan perwatakan yang ditampilkan dalam TI3 memperlihatkan bahawa perwatakan yang ceria dan saling bertolak ansur oleh L2 dapat menimbulkan suasana yang harmoni. Bagi mengelakkan salah faham ada baiknya sifat bertolak ansur dipraktikkan. Misalnya, dalam contoh (2) di bawah:

L1 : Ini mesti kerja dia ni.
L2 : *Sorry.*
L1 : *Sorry* saja kau tau.
L1 : Hei, kau ada otak ke? Kau suka-suka hati saja buang sampah kat tempat aku.

(Iklan Teks 3)

Berdasarkan dialog di atas, tindakan L2 meletakkan pasu bunganya di kawasan rumah L1 yang menghalang laluan meletak kereta telah mengundang kemarahan jiranya. Sekiranya, L1 mempunyai sikap bertolak ansur dengan mengubah pasu itu ke tempat yang lebih sesuai, pertelingkahan antara mereka tidak akan wujud.

Sifat toleransi dalam TI7 turut digambarkan apabila seorang L1 bertolak ansur mengubah keadaan keretanya di tempat yang betul supaya

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

menyenangkan pihak lain untuk meletak kenderaan. L1 memikirkan keadaan dan kepentingan orang lain tanpa sikap pentingkan diri sendiri. Misalnya, dalam contoh (3) berikut:

> Kelihatan seorang L1 sedang memandu dan meletakkan keretanya. Lalu seorang P1 menggelengkan kepala kepada L1 tersebut. L1 masuk semula ke dalam keretanya. Lalu memandu dan memperbetulkan kenderaannya semula dengan baik di ruang yang betul.
>
> (Teks Iklan 7)

4.2.8 Kesyukuran

Kesyukuran dapat ditakrifkan sebagai ungkapan berterima kasih dengan melahirkan perasaan untuk menunjukkan pengiktirafan dan penghargaan terhadap sesuatu jasa, sumbangan dan pemberian (Buku Panduan Kempen Budi Bahasa Budaya Kita, 2005). Dalam konteks ini, pengkaji mengkategorikan penghargaan di bawah nilai kesyukuran.

a) Penghargaan

Kesyukuran adalah salah satu nilai murni yang terdapat dalam TI10. Dalam iklan tersebut, sudah terbukti nilai kesyukuran yang tergambar melalui ungkapan "terima kasih;sama-sama". Terima kasih satu ungkapan yang mudah tetapi penuh unsur mesra dan kesopanan yang tinggi. Ungkapan "terima kasih:sama-sama" adalah lahir daripada perasaan yang syukur atas penerimaan sesuatu bentuk rezeki, bantuan, penghargaan dan sebagainya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Seseorang yang baik akan sentiasa mengucapkan ungkapan "terima kasih;sama-sama" dalam tindakan yang dilakukan. Umpamanya, dalam contoh (1) berikut:

Situasi 1:
Di pagi yang hening berlatar belakangkan suasana kampung dan suasana bandar. Seorang L1 bangun pagi dan menyiapkan diri untuk pulang ke kampung halaman. Manakala, pada waktu yang sama B1kepada L1 tersebut bangun pagi dan keluar dengan membawa becanya untuk menjemput L1 pulang.
L2: Hai apa khabar, pakcik?
B1: Ya khabar baik.
L2: Di sini saya bawa buah-buahan. Ambillah pakcik.
B1: Terima kasih.

Situasi 2:
Dalam perjalanan untuk menjemput anaknya L1 pulang, B1 membawa pokok cili yang diletakkan dalam pasu. Pokok cili tersebut dibawa untuk diberikan kepada sepasang SI1 di kampung itu.
B1 : Assalamualaikum, nah ambillah pokok cili ini.
SI1: Terima kasih (menerima pokok itu sambil tersenyum)
B1 : Sama-sama.

(Teks Iklan 10)

Berdasarkan contoh (1) dalam TI10 di atas, ungkapan "terima kasih;sama-sama" diujarkan dalam setiap situasi supaya dapat dipupuk dan diterima dengan mudah oleh penonton. Sebagai masyarakat, kita perlu sentiasa bermanis muka sepanjang masa untuk memulakan pertanyaan dengan tujuan untuk menolong. Rasa syukur akan terbit kerana dapat melakukan tugas untuk menjamin kesejahteraan hidup sebagai seorang anggota masyarakat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

4.2.9 Rasional

Nilai rasional bermaksud sentiasa mengutamakan pemikiran waras dan tenang, iaitu tidak mengikut dorongan perasaan dan hawa nafsu. Ciri-ciri pemikiran rasional ialah sikap berwaspada terhadap sebarang perkara serta berhati-hati dalam segala tindakan dan perbuatan. Seterusnya, sifat rasional bermaksud berfikiran panjang, iaitu berfikir dengan penuh bijaksana untuk mengelakkan akibat yang negatif. (Abdullah & Ainon, 1996). Rasional juga bermaksud keupayaan berfikir berdasarkan alasan dan bukti yang nyata dan dapat mengambil tindakan berasaskan pertimbangan yang wajar. Berfikir panjang adalah dikategorikan di bawah nilai rasional.

a) Berfikir panjang

Dalam TI2 menyampaikan mesej yang amat berguna kepada masyarakat, iaitu nilai rasional yang perlu diasuh dalam setiap pemikiran seseorang, yakni berfikir dengan wajar sebelum melakukan apa-apa tindakan dan perbuatan dalam kehidupan seharian. Dalam iklan tersebut, kelihatan seorang L1 hanya melihat seorang PT1 berdiri lantas L1 teringat akan peristiwa sebelum ini ketika L1 berada di dalam LRT, iaitu L1 duduk di tempat yang disediakan bersama L2 dan L3 yang berada di kiri dan kanannya yang sedang tidur. Selepas itu, datang seorang LT1 yang agak berumur memasuki LRT itu dan berdiri berhampiran tempat duduk L1 kerana semua tempat duduk sudah penuh. LT1 melihat L1 seolah-olah

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

meminta untuk diberikan tempat duduk disebabkan LT1 tidak mampu berdiri lama.

L1 hanya melihat LT1 lalu menoleh ke arah L2 dan L3 yang berada di sebelah kiri dan kanannya lantas berpura-pura tidur. LT1 merasa kecewa melihat perbuatan LT1 seperti tidak ingin memberikan tempat duduk kepadanya. LT1 hanya menunduk seakan-akan hampa. Selepas mengingati peristiwa itu, L1 tersedar akan kesilapan yang dilakukannya pada masa lalu dan terus bangun memberikan tempat duduk kepada PT1.

Selain itu, dalam TI9 mempamerkan nilai rasional kepada penonton melalui watak seorang L1 yang memerhati gelagat sekumpulan P yang sedang minum lalu menyorong semula kerusi masing-masing sebelum beredar. L1 berfikir sejenak akan perlakuannnya sebelum ini yang membiarkan sahaja kerusi dan terus berlalu. LI dapat berfikir secara rasional, iaitu L1 menyedari akan kesilapannya yang lalu. Misalnya, dalam contoh (1) di bawah:

> L1 memerhati gelagat sekumpulan P yang mahu pulang, menyorong semula kerusi tersebut. L1 seakan teringat semula perlakuannya sebelum ini yang membiarkan sahaja kerusi dan terus berlalu pergi. Lalu, L1 sedar akan perbuatannya, lantas menyorong semula kerusinya sebelum meninggalkan restoren.
>
> (Teks Iklan 9)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

4.2.10 Semangat Bermasyarakat

Semangat bermasyarakat bermaksud sikap dan kegiatan yang sesuai dengan cara hidup dalam kumpulan. Antara nilai tersebut ialah sikap pandai menyesuaikan diri dengan anggota lain dalam masyarakat dan dengan adat resam masyarakat. Suatu nilai lain yang terpenting dalam semangat bermasyarakat ialah sikap bersatu padu dan bekerjasama (Abdullah & Ainon, 1996).

Konsep semangat bermasyarakat yang menekankan kepentingan hidup tolong-menolong juga tergambar dalam peribahasa Melayu. Misalnya 'berat sama dipikul'; 'ringan sama dijinjing' dan 'bulat air kerana pembentung; bulat kata kerana muafakat'. Hal ini menggambarkan betapa masyarakat Melayu sememangnya popular dengan semangat bergotong-royong, tolong-menolong, bekerjasama dan bermuafakat dalam menyempurnakan hidup sama ada untuk kebajikan umum atau peribadi. Contohnya, mereka mudah bermuafakat dan bantu-membantu untuk membina masjid, membersihkan surau dan tanah perkuburan, dan menyempurnakan kenduri kahwin atau kematian (Buku Panduan Kempen Budi Bahasa Budaya Kita, 2005).

Nilai semangat bermasyarakat jelas ditonjolkan melalui TI2, TI3, TI4, TI5, TI8 dan TI10. Enam iklan televisyen tersebut berjaya memaparkan nilai semangat bermasyarakat yang merupakan faktor terpenting dalam hidup masyarakat majmuk di Malaysia. Dalam membincangkan nilai

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

semangat bermasyarakat, dua kategori yang dianalisis, iaitu amalan tolong-menolong dan prihatin dalam hidup bermasyarakat dan prihatin.

a) Amalan tolong-menolong

Nilai semangat bermasyarakat jelas ditonjolkan kepada masyarakat melalui TI3. Ini memberi impak kepada masyarakat kini yang semakin melupakan nilai-nilai kejiranan yang merupakan faktor terpenting dalam hidup bermasyarakat akibat kesibukan bekerja dan tidak prihatin terhadap sekeliling. Dalam hidup bermasyarakat, kita mesti mengamalkan etika kejiranan seperti tolong-menolong antara satu sama lain. Misalnya, dalam contoh (1) berikut:

> L2 : Tak apa la Encik Ismail.Sebagai jiran, kita wajib menolong jikadalam kesusahan. Kita bukan saja jiran yang baik, tetapi macam adik-beradik.
>
> (Teks Iklan 3)

Ini turut digambarkan menerusi TI10 dalam contoh (2) di bawah:

> GP1 yang berjaya menemui kucingnya, berjalan menuju ke suatu tempat dan terjumpa seorang PT1 berbangsa cina yang sedang sarat membawa barang dan ingin melintas jalan GP1 telah membantu membawa sebahagian barang PT1 dan membantunya melintas jalan.
> PT1: Terima kasih.
>
> Situasi 6:
> Dua orang PS1 yang sedang bekerja telah membantu seorang PA1 yang berbangsa India yang hilang kawalan semasa melalui kawasan itu.
> PA1 berbangsa India: Terima kasih
> PP1: Sama-sama.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Situasi 7:
PT1 berbangsa Cina sedang menuju ke asrama AY1 dengan membawa buah tangan untuk diberikan kepada AY1 yang berada disitu.
AY1 : (berlari ke arah PT1). Terima kasih.
PT1: Sama-sama. (sambil melambai).

Situasi 8:
Seorang PP1 sedang menunggu di tempat menunggu bas berhampiran sekolahnya. Pada masa yang sama, seorang PA1 telah memberi sebungkus air percuma kepada PP1.
PP1: Terima kasih. (menerima air itu dengan tersenyum).
PA1: Sama-sama.

(Teks Iklan 10)

Dalam contoh TI10 di atas, menyatakan bahawa mengucapkan terima kasih bukanlah suatu perkara yang membebankan malah ucapan yang mudah dan dapat menghidupkan suasana dalam merapatkan hubungan silaturahim dalam hidup bermasyarakat. Sebagai masyarakat, kita perlu membiasakan diri dengan mengucapkan terima kasih kepada sesiapa sahaja yang sudi menghulurkan bantuan.

Selain itu, kita mestilah sentiasa memberikan senyuman kepada orang yang sudi membantu dan orang sekeliling serta jangan suka bermasam muka kerana memberikan senyuman kepada orang lain dapat mengeratkan silaturahim sesama manusia. Membiasakan diri mengucapkan salam atau ucap selamat sesama rakan pelajar serta rakan sebaya dan saling menghormati sesama rakan, menghargai perbezaan beragama, latar belakang masyarakat dan budaya masing-masing.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Sementara dalam TI8, perlakuan seorang pemuda yang membantu seorang LT1 yang kurang upaya untuk melintas jalan adalah sangat dipuji. Jelas di sini, L1 mempunyai semangat bermasyarakat, iaitu L1 peka dan prihatin akan keadaan di sekelilingnya tanpa perasaan mementingkan diri sendiri. Ini jelas terdapat dalam contoh (3) ialah:

> Kelihatan seorang L1 keluar dari keretanya. Tiba-tiba L1 terpandang seorang LT1 yang hendak melintas jalan.
> L1 : Ya pakcik, boleh saya bantu?
> LT1 : Pak cik nak melintas jalan nak tapi mata pak cik kurang jelas.
> L1 : Takpa, pak cik. Biar saya bantu.
> LT1 : Terima kasih nak.
>
> (Teks Iklan 8)

Dalam TI5 pula, menggambarkan sebalik, iaitu seorang PL1 yang dianggap sebagai golongan muda tidak mempunyai semangat bermasyarakat dalam dirinya. Ini dapat dibuktikan apabila PL1 enggan membantu seorang PT1 yang sedang mencari cucuknya malah mempersendakan PT1 dengan menjawab pertanyaan secara tidak bersungguh-sungguh sehingga mengguriskan perasaan. Dalam konteks ini, mesej yang ingin disampaikan oleh pihak KKMM kepada masyarakat ialah semangat bermasyarakat perlu dipupuk dalam setiap diri supaya dapat membina satu perhubungan masyarakat yang penyayang dan harmoni seperti contoh (4) di bawah:

> Seorang PT1 sedang berjalan menuju ke stesen bas.
> PT1 : Nak, ada nampak tak cucu nenek Mira.
> PL1 : Mira mana nek? (menjawab soalan acuh tidak acuh).
> PT1 berkecik hati dengan sikap PL1.
>
> (Teks Iklan 5)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Manakala dalam TI2, nilai semangat bermasyarakat yang dibawa oleh watak Adlin (L1), seorang pelakon Malaysia berupaya menyampaikan mesej yang positif kepada penonton. Dalam iklan ini, memperlihatkan sikap L1 yang prihatin dan peka terhadap keperluan dan kesusahan orang yang lebih memerlukan tempat duduk seperti warga emas, orang kurang upaya (OKU) dan wanita mengandung. Umpamanya, dalam contoh (5) di bawah:

> Tanpa melengahkan masa, L1 segera bangun dan terus mempelawa PT1 untuk duduk di tempat duduknya. PT1 kelihatan gembira kerana L1 bersikap bertimbang rasa kepadanya dengan memberikan tempat duduknya.
>
> (Teks Iklan 2)

Dalam TI4 pula, pihak KKMM menyampaikan mesej kepada masyarakat bahawa seharusnya mempunyai nilai bermasyarakat, iaitu sentiasa prihatin dan peka terhadap sekeliling terutamanya berada di kawasan awam. Golongan ibu mengandung selain warga emas dan orang OKU perlu dibela dan diberikan keutamaan di kawasan awam. Oleh itu, sebagai masyarakat yang prihatin perlu bersedia membantu dan memberi keutamaan kepada golongan ini. Misalnya, dalam contoh (6) berikut:

> Suasana di sebuah perhentian bas, kelihatan seorang L1 yang begitu sombong kerana tidak mahu mengucapkan terima kasih apabila seseorang L2 telah memberikan L1 ruang untuk duduk. Situasi kedua, L1 tidak mahu menolong seorang W1 mengandung apabila barang-barangnya terjatuh. Seorang BL1 sudi menghulurkan bantuan kepada seorang W1 dengan membawa terlalu banyak barang. W1 mengucapkan terima kasih dan melemparkan senyuman yang ikhlas kepada BL1.
>
> (Teks Iklan 4)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

4.2.11 Nilai Murni Lain

Setelah analisis kajian dijalankan, pengkaji juga menemui nilai murni lain, iaitu tolong-menolong yakni membantu orang lain yang ditimpa kesusahan atau masalah. Nilai murni tersebut banyak diketengahkan dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM. Namun, nilai tolong-menolong ini tidak tersenarai dalam 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994). Nilai tolong-menolong yang dimaksudkan ialah memberi bantuan kepada golongan yang memerlukan.

a) Tolong-Menolong

Nilai tolong menolong diperlihatkan dalam T13. Contohnya, L2 sanggup menghantar L1 ke hospital tanpa berfikir panjang. Sifat tolong-menolong tanpa mengira bangsa dan agama sangat penting dalam waktu-waktu tertentu untuk meminta pertolongan, misalnya semasa waktu kecemasan. Seperti yang dipaparkan dalam TI3, L1 meminta tolong semasa L1 sakit dan perlu dibawa ke hospital. Tetapi apa yang berlaku sebaliknya, iaitu L2 sanggup menolongnya dengan ikhlas tanpa mengira konflik yang telah berlaku antara mereka. Misalnya, dalam contoh (1) di bawah:

L1 : Kalau bukan Encik Gopal yang tolong saya semalam, tidak tahu la apa yang akan terjadi.

(Teks Iklan 3)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Masyarakat Melayu dahulu pernah berkata bahawa jiran tetangga yang baik merupakan adik-beradik kita di dunia dan di akhirat. Hal ini kerana, ketika kita berada dalam kesusahan terutamanya ketika ditimpa kemalangan, merekalah orang pertama yang akan datang menghulurkan bantuan kepada kita sebelum adik-beradik atau saudara-mara kita datang. Maka, konsep ini amat bertepatan dengan TI3.

Perlakuan tolong-menolong tidak dapat disangkal lagi dalam T15. Iklan tersebut menyampaikan mesej tersirat, iaitu golongan muda sepatutnya sentiasa membantu golongan tua yang memerlukan. Ini merupakan satu amalan yang perlu diasuh dan dibudayakan dalam setiap diri seseorang supaya tiada sikap mementingkan diri sendiri. Umpamanya, dalam contoh (2) di bawah:

PT1 : Nak, ada nampak tak cucu nenek Mira.
P1 : Mira mana nek? (menjawab soalan acuh tidak acuh).
PT1 berkecil hati dengan sikap pelajar itu.
(Teks Iklan 5)

Manakala dalam TI8 tidak ketinggalan memaparkan nilai tolong-menolong kepada masyarakat agar menjadi amalan seharian. Sikap L1 yang membantu seorang LT1 melintas jalan raya harus dipuji dan dijadikan contoh kepada masyarakat. Dewasa kini, kelihatan ramai masyarakat yang tidak memikirkan kepentingan golongan orang buta, OKU dan orang tua melintas jalan raya. Kebanyakan mereka sibuk dengan urusan masing-masing tanpa prihatin terhadap sekeliling. Dalam kalangan masyarakat, perlu saling menghormati dan memberi bantuan terutama kepada warga tua,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

golongan istimewa, wanita dan kanak-kanak. Golongan seperti ini perlu dibantu kerana kurang berupaya dari segi fizikal dan kesihatan. Misalnya, dalam contoh (3) seperti berikut:

L1 : Ya pakcik, boleh saya bantu?
LT1 : Pakcik nak melintas jalan nak tapi mata pakcik kurang jelas.
L1 : Takpa pakcik, biar saya bantu.
LT1 : Terima kasih nak.

(Teks Iklan 8)

Nilai tolong-menolong juga disematkan dalam TI2. Misalnya, dalam TI2, kelihatan seorang L1 yang sudi memberi pertolongan kepada seorang PT1 yang boleh dianggap sebagai warga emas dengan memberikan tempat duduknya. L1 sangat prihatin kerana dia amat memahami situasi PT1 yang memerlukan tempat duduk berbanding dirinya kerana faktor usia dan kesihatan. Melalui penerbitan TI2, pihak KKMM menyeru kepada masyarakat supaya memupuk budaya dan amalan bantu-membantu di antara satu sama lain terutamanya golongan yang memerlukan seperti warga emas, orang OKU dan wanita mengandung apabila menggunakan kemudahan awam. Contoh (4) ialah:

Tanpa melengahkan masa, L1 segera bangun dan terus mempelawa PT1 untuk duduk di tempat duduknya.

(Teks Iklan 2)

Dalam TI10 pula, mempamerkan nilai tolong-menolong dalam kehidupan masyarakat majmuk seperti Malaysia, iaitu dalam contoh (5) di bawah:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Situasi 6:
Dua orang PS1 yang sedang bekerja telah membantu seorang PA1 yang berbangsa India yang hilang kawalan semasa melalui kawasan itu.
PA1: Terima kasih
PP1: Sama-sama.

Situasi 7:
PT1 berbangsa Cina sedang menuju ke asrama AY1 dengan membawa buah tangan untuk diberikan kepada AY1 yang berada disitu.
AY1 : (berlari ke arah PT1). Terima kasih.
PT1: Sama-sama (sambil melambai).

(Teks Iklan 10)

Dalam iklan televisyen yang terakhir, iaitu TI4 mengungkap nilai tolong-menolong melalui watak seorang B yang membantu P1 yang sarat mengandung dengan membawa barang yang banyak. Perlakuan murni itu amat disenangi oleh P1 dan ganjarannya amat besar apabila membantu golongan yang amat memerlukan seperti contoh (6) di bawah:

> Situasi kedua, L1 tidak mahu menolong seorang W1 mengandung apabila barang-barangnya terjatuh. Seorang BL1 sudi menghulurkan bantuan kepada seorang W1 dengan membawa terlalu banyak barang. W1 mengucapkan terima kasih dan melemparkan senyuman yang ikhlas kepada BL1.
>
> (Teks Iklan 4)

Rumusanya, berdasarkan perbincangan di atas, 10 iklan televisyen terbitan KKMM berjaya dalam menyampaikan mesej kepada penonton. Melalui penerbitan iklan televisyen tersebut, secara tidak langsung dapat memupuk sikap nilai murni dalam diri generasi kini. Kebanyakan mereka lebih mudah menerima nilai murni yang cuba disampaikan dalam bentuk visual seperti iklan-iklan yang dipaparkan melalui media televisyen. Pendekatan yang diambil oleh pihak KKMM haruslah dipuji kerana ini

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

merupakan langkah berani yang belum pernah dilakukan oleh mana-mana pihak sebelum ini dalam memupuk nilai murni dalam kalangan masyarakat. Maka, dapat dikatakan bahawa iklan televisyen terbitan KKMM amat berharga dalam menyampaikan mesej nilai dan pengajarannya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

4.3 Makna Nilai Murni Berdasarkan Teori Relevans

Dalam bahagian ini, pengkaji menumpukan aspek makna nilai murni yang ditonjolkan dalam iklan televisyen terbitan KKMM.

Kajian ini adalah berpaksikan kepada Teori Relevans yang diperkenalkan oleh Sperber dan Wilson pada tahun 1986. Teori ini mementingkan tiga konsep utama, iaitu konteks, kesan konteks dan usaha memproses. Objekif Sperber dan Wilson memperkenalkan teori ini bagi mewujudkan interpretasi makna yang sebenar sebagaimana yang dihajati oleh penutur.

Konteks adalah seberkas andaian tentang dunia yang dibina secara psikologi oleh pendengar. Kesan konteks pula penting bagi menghuraikan proses pemahaman sesuatu ujaran. Sesuatu ujaran dianggap lebih relevan jika mempunyai lebih kesan konteks. Usaha memproses ialah usaha pendengar dalam memproses maklumat atau makna ujaran.

Sekirnya ujaran itu dapat difahami dengan mudah, maka kos memproses maklumat bagi ujaran tersebut dapat dianggap rendah. Tetapi jika ujaran yang dihasilkan itu dipenuhi dengan persoalan, maka akan meningkatkan lagi kos memproses sesuatu ujaran. Sesuatu ujaran akan dianggap kurang relevan sekiranya kos memproses tinggi.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Ketiga-tiga aspek tersebut amat penting dalam mentakrifkan ujaran yang bermakna bagi memahami sesuatu ujaran dalam sebuah komunikasi dengan mudah, jelas dan tepat. Oleh yang demikian, adalah diharapkan di bahagian akhir kajian pengkaji dapat menunjukan bahawa makna nilai murni yang ditonjolkan dalam 10 iklan televisyen adalah relevan atau sebaliknya dalam menyampaikan mesej yang berkesan kepada penonton berdasarkan tiga aspek utama dalam Teori Relevans. Di samping itu, pengkaji dapat mengesan sama ada terdapat unsur eksplikatur dan implikatur dalam ujaran di sebalik makna yang diungkapkan dalam setiap iklan televisyen terbitan KKMM yang dikaji.

4.3.1 Iklan "Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon" (TI1)

Iklan pertama yang dianalisis dalam bahagian ini ialah TI1, iaitu iklan yang menggunakan ujaran dan perbuatan dalam menyampaikan nilai murni. Terdapat tiga nilai murni yang dikenal pasti, iaitu nilai kerjasama, kejujuran dan hemah tinggi.

a) Kerjasama

Nilai murni pertama dikenal pasti dalam iklan di atas ialah kerjasama melalui amalan tolong-menolong. Kerjasama ialah usaha baik dan membina yang dilakukan secara bersama pada peringkat individu, komuniti, masyarakat atau negara untuk mencapai sesuatu matlamat. Jelmaan sikap

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

kerjasama dipamerkan menerusi persaudaraan, tanggungjawab bersama, aktiviti gotong royong, ketoleranan dan perpaduan.

Kerjasama juga membawa maksud sentiasa bersatu dan bersedia menghadapi segala cabaran, kesusahan dan kesenangan bersama-sama. Menurut Islam, kerjasama ialah usaha yang baik dan membina yang dilakukan oleh individu pada peringkat keluarga, komuniti dan masyarakat untuk menegakkan yang maaruf dan mencegah yang mungkar. Amalan tolong-menolong adalah salah satu amalan yang merangkumi nilai kerjasama. Tolong-menolong ialah nilai yang diperlukan dalam melaksanakan sesuatu kerja dalam berkumpulan atau organisasi.

Berdasarkan TI1, amalan tolong-menolong yang dimaksudkan ialah berkonsepkan sifat bantu-membantu dalam melakukan kerja berkumpulan dalam sesebuah organisasi pejabat. Nilai ini ditampilkan melalui gambaran watak oleh seorang P1.

Menurut TR dari aspek konteks, penonton akan mula mentafsir nilai kerjasama yang dilihat melalui amalan tolong-menolong dengan kedatangan seorang P1 ke arah seorang L1 yang merupakan rakan sekerjanya. Misalnya, kemudian, seorang P1 datang. Perbuatan datang yang dilihat di sini ialah sebagai sampai, tiba atau bergerak menghampiri seseorang atau sesuatu. Ini memberi makna bahawa kedatangan P1 ke arah L1 adalah untuk membantu rakan sekerjanya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Melihat dari sisi kesan konteks pula, penonton dapat membuat andaian bahawa nilai tolong-menolong diterjemahkan melalui perlambangan tingkah laku P1, iaitu menjawab panggilan telefon yang sedang berbunyi bagi pihak L1, yakni rakan sekerjanya. Oleh itu, perbuatan menjawab telefon dapat dikatakan sebagai membalas atau menyahut pertanyaan, sesuatu dan sebagainya. Ini disokong oleh Abdullah Hassan dan Ainon Mohd (1996), yang menyatakan bahawa nilai kerjasama terpancar pada sikap dan perbuatan. Maka, perbuatan menjawab telefon mempunyai manifestasi mengikut konteks yang berlaku.

Tambahan lagi, ujaran yang dilontarkan oleh P1, iaitu "bantu" sebagai medan makna yang menunjukkan sudah terang, jelas dan nyata akan tujuannya untuk membantu. Bantu ialah memberi pertolongan, menolong dan menyokong. Tambahan lagi, ujaran "panggilan untuk awak, Man..." membuktikan bahawa panggilan telefon itu adalah sebenarnya memang ditujukan khas untuk L1. Nada dan intonasi yang diujarkan oleh P1 adalah lembut dan rendah membuatkan penonton tahu akan niat P1 untuk menolong dan bukan untuk memberi teguran. P1 dilihat bertindak berasaskan etika dan profesionalisme dalam bekerja. Misalnya, dalam contoh (1) di bawah:

P1 : Hai, selamat petang. Ada apa-apa yang
boleh saya bantu? Encik Rahman?
Sebentar ya encik.
Panggilan untuk awak, Man."
(Teks Iklan 1)

Manakala dari aspek usaha memproses adalah rendah kerana penonton dapat menginterpretasikan makna nilai tolong-menolong dengan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mudah dan cekap melalui perbuatan datang dan menjawab oleh watak P1 di samping ujaran yang dilontarkan. Sesuatu maklumat dianggap relevan jika maklumat yang diberikan itu mempunyai kesan konteks yang banyak dan usaha memproses yang rendah. Kehadiran maklumat-maklumat tersebut amat penting dalam membantu dalam proses penginterpretasi makna nilai kerjasama.

Oleh yang demikian, makna nilai kerjasama melalui amalan tolong-menolong dalam iklan ini adalah relevan dan tepat sekali. Hal ini berlaku kerana, gambaran watak dan perlakuan yang dilukiskan adalah logik dengan ujaran yang bermanisfestasi, iaitu jelas dan nyata di samping penyampaian mesej secara tersurat kepada penonton. Maka, dapat disimpulkan makna kerjasama dianalisis berdasarkan perbuatan dan ujaran oleh watak-watak dalam iklan televiyen tersebut.

Daripada perbincangan di atas, terdapat unsur implikatur di sebalik makna ujaran "Panggilan untuk awak, Man…". Dengan sifatnya yang tersirat, implikatur mempunyai sifat kebarangkalian yang tidak memungkinkan seseorang itu mengetahui secara pasti sesuatu yang dimaksudkan oleh penutur dengan ujarannya. Oleh itu, untuk mengenal pasti implikatur dalam sesuatu ujaran, pihak pendengar perlu bijak membuat andaian-andaian, seterusnya membuat kesimpulan berdasarkan pemahaman pendengar tentang mesej setelah mengambil kira aspek konteks tertentu semasa sesuatu ujaran dituturkan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Andaian implikatur: Panggilan telefon tersebut ditujukan untuk Man, iaitu L1.

Kesimpulan implikatur: Man, iaitu LI tidak sepatutnya mengabaikan panggilan telefon tersebut kerana panggilan itu sememangnya untuk Man, iaitu L1.

Penyataan yang diujarkan oleh P1 jelas menunjukkan bahawa pangilan telefon yang disambutnya adalah untuk L1. Bagi analisis TR, ujaran "Panggilan untuk awak, Man..." mempunyai kesan konteks yang tinggi kerana kos memproses yang rendah. Maka, ujaran tersebut dianggap relevan. Impaknya, mesej yang disampaikan kepada masyarakat agar sentiasa mengamalkan sikap bekerjasama dengan membantu rakan sekerja dalam sebuah organisasi. Oleh yang demikian, tidak dapat disangkal lagi nilai kerjasama melalui amalan tolong-menolong jelas tergambar di sebalik iklan ini.

Musanif (2007) mengatakan dalam komunikasi antara penutur dan pendengar, budaya sopan santun sangat penting untuk memelihara hubungan antara dua pihak dan memelihara komunikasi tersebut agar dapat berterusan dalam keadaan yang selesa. Dalam hal ini, ujaran P1 menggunakan kesantunan bahasa yang baik bagi menegur perilaku L1 dalam masa yang sama menjaga hubungan komunikasi yang baik antara rakan sekerja dalam sebuah organisasi. Oleh yang demikian, dalam perbualan di atas, mesej yang ingin disampaikan oleh penutur seakan-akan ditapis terlebih dahulu. Percakapan yang tidak langsung ini dapat dilihat dari aspek sosiolinguistik dan pragmatik. Keadaan ini memerlukan pendengar menganalisis untuk mengetahui hajat sebenar penutur.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Keupayaan pendengar memproses mesej yang diterima dalam sesuatu komunikasi membolehkan pendengar memahami implikatur yang terkandung dalam komunikasi melalui TR.

b) Kejujuran

Nilai murni kedua yang terlibat dalam iklan ini ialah kejujuran dalam erti kata bertanggungjawab. Bertanggungjawab ialah kesanggupan diri seseorang untuk memikul dan melaksanakan tugas serta kewajipan dengan sempurna. Sifat tanggungjawab yang digambarkan dalam iklan tersebut ialah tanggungjawab sebagai seorang pekerja dalam menjalankan tugasan dalam sesebuah organisasi. Bertanggungjawab juga sebagai tahu menyusun kerja mengikut keutamaan dan keperluan serta melaksanakannya dengan cepat dan tepat.

Apabila berbicara dari aspek konteks dalam Teori Relevans, penonton akan mengandaikan makna nilai tanggungjawab adalah melakukan dan menyiapkan kerja-kerja yang diamanahkan atau diarahkan dengan baik. Maka, perlakuan yang dapat disingkap bagi mengungkap makna nilai bertanggungjawab ialah kesibukan bekerja dalam melakukan tugasan yang ditonjolkan oleh L1. Sibuk ialah banyak yang dilakukan atau diuruskan dan asyik mengerjakan sesuatu. Dalam TI1, konsep masa, iaitu jam menunjukkan 8.30 pagi hingga 2.30 turut memperlihatkan L1 mengisi masa dengan bekerja. Maka, perlambangan masa boleh dikatakan salah satu ciri

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

yang mencerminkan sifat bertanggungjawab yang dapat dilihat oleh penonton.

Sementara dari segi kesan konteks, penonton telah merubah dalam membuat persepsi terhadap L1. Penonton merasakan L1 yang digambarkan dalam TI1 tidak bertanggungjawab sepenuhnya kerana terlalu leka menyiapkan kerjanya sehingga mengabaikan panggilan telefon yang berbunyi. Proses perubahan tanggapan atau prasangka penonton sudah berlaku daripada baik kepada yang negatif terhadap gambaran peribadi L1. Ini dapat dibuktikan dengan terang dan jelas melalui perlakuan mengabaikan diertikan sebagai memandang tidak penting, tidak mempedulikan atau mengedahkan, mengganggap sepi dan membiarkan.

Maka, usaha memproses adalah rendah kerana kehadiran maklumatyang berupa sibuk bekerja dan mengabaikan panggilan telefon amat membantu dalam memberi pengertian makna bertanggungjawab. Sesuatu andaian daripada ujaran yang dihasilkan mudah dikesan maksudnya oleh pendengar dengan banyak bukti yang melatarinya, maka ujaran itu dapat dianggap ujaran yang relevan mengikut Sperber dan Wilson (1986). Walau bagaimanapun, perbuatan atau perlakuan yang dilakukan oleh L1 amat membantu penonton menginterpretasi makna nilai kerjasama.

Pengkaji melihat dalam dua situasi yang berbeza, iaitu sibuk boleh menggambarkan nilai bertanggungjawab tetapi mengabaikan panggilan telefon pula menunjukkan perkara sebaliknya. Dalam erti kata lain, pengkaji

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mahu penonton benar-benar faham bahawa konsep bertanggungjawab secara sempuna adalah sebagai tahu menyusun kerja mengikut keutamaan dan keperluan serta melaksanakannya dengan cepat dan tepat. Oleh itu, dapat dikatakan L1 belum cukup menyempurnakan tanggungjawab sepenuhnya. Kematangan penonton dalam memahami makna nilai ini adalah amat mustahak.

Berdasarkan penjelasan di atas, pengkaji merasakan iklan tersebut menyampaikan makna bertanggungjawab secara kabur, iaitu dikenali sebagai imbiguiti. Maka, makna tersirat yang dimaksudkan ialah kita seharusnya bijak menyusun kerja secara sistematik dan melakukan kerja mengikut keutamaan serta tidak boleh mengabaikan kerja yang dianggap remeh. Walau bagaimanapun, makna bertanggungjawab yang dipamerkan adalah cekap kerana penonton dapat membuat konklusi seorang pekerja yang benar-benar bertanggungjawab sepatutnya tidak seharusnya mengabaikan tanggungjawab menjawab panggilan telefon waima dalam keadaan sibuk. Maka, dapat disimpulkan bahawa makna bertanggungjawab dianalisis berdasarkan perlakuan L1 dan perlambangan masa.

c) Hemah Tinggi

Nilai murni seterusnya ialah hemah tinggi yang terpancar melalui budi bahasa. Budi bahasa bermaksud amalan yang memupuk sikap kesalingan menggunakan bahasa yang baik, tanda hormat, penghargaan terima kasih dan faham akan makam atau martabat seseorang. Dalam konteks TI1, nilai

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

hemah tinggi sebagai menerima nasihat, teguran, tunjuk ajar dengan hati yang terbuka serta sentiasa mematuhi arahan, peraturan dan tidak menggunakan waktu dan kemudahan pejabat untuk urusan peribadi.

Penonton akan mula mentafsir makna budi bahasa yang ditonjolkan sebagai percakapan yang mesra dan sopan dalam berkomunikasi menjawab panggilan telefon. Ini dapat dilihat melalui ujaran yang diungkapkan oleh kedua-dua watak dalam iklan tersebut, iaitu L1 dan P1. Ini yang dinamakan aspek konteks.

Dari aspek kesan konteks pula, penonton sudah dapat menjangkakan amalan budi bahasa dalam menjawab panggilan telefon adalah amat disenangi dan disukai oleh semua pihak. Misalnya, P1 menjawab panggilan telefon dengan bahasa yang sopan dan lemah lembut. Pembukaan perbualan yang sopan dan manis, iaitu "hai, selamat petang" merupakan medan makna yang jelas dan berkesan dalam memperlihatkan kemahiran bahasa yang sesuai. "Hai" dapat didefinasikan pembuka kata atau kata-kata aluan untuk menarik perhatian dan permulaan perbualan.

Selain itu, penggunaan sistem sapaan yang diaplikasi, iaitu "saya" amat membantu penonton dalam memberi gambaran terhadap personaliti dan keperibadian P1. Pemakaian istilah "saya" merujuk kepada kata ganti diri pertama, iaitu lebih halus dari aku. Malahan, nada dan intonasi ujaran yang dilontarkan oleh P1 secara lembut dan bersahaja menyokong hujahan ini. Umpamanya, dalam contoh (2) seperti berikut:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

P : Hai, selamat petang. Ada apa-apa yang boleh saya bantu? Encik Rahman? Sebentar ya encik. Panggilan untuk awak, Man.

(Teks Iklan 1)

Natijahnya daripada perlakuan dan ujaran wanita tersebut, L1 merasa segan akan perbuatannnya yang tidak menjawab panggilan itu dan keesokan harinya serta hari-hari seterusnya, L1 menjawab telefon dengan penuh budi bahasa. Sehubungan itu, berlaku proses pemujukan ke arah perubahan sikap yang baik secara tidak langsung tanpa menggunakan bahasa kesat, sindiran mahupun teguran. Ini juga bermakna, perubahan sikap seseorang tidak memerlukan bahasa-bahasa yang kesat, negatif atau perlambangan bahasa seperti metafora, simili dan sebagainya yang memungkinkan penonton sukar untuk memahami makna.

Apa yang lebih penting penggunaan bahasa ringkas dan menunjukan tauladan yang baik dan mudah dicontohi adalah sudah mencukupi. Pengkaji memuji iklan ini kerana mampu membawa mesej positif kepada penonton supaya bercakap dan berbual dengan menggunakan kesantunan bahasa yang baik serta mengubah personaliti dan sikap seseorang kepada yang positif tanpa menggunakan perkataan yang boleh menyinggung perasaan orang lain seperti kata-kata yang berbentuk sindiran atau cacian. Misalnya, ujaran "terima kasih" dalam contoh (3) di bawah:

L1 : Selamat pagi. Terima kasih kerana menghubungi kami. Ada apa yang boleh saya bantu?

(Teks Iklan 1)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Berdasarkan ujaran daripada contoh di atas, terdapat unsur eksplikatur dikesan, iaitu:

> Andaian eksplikatur: terima kasih sebagai tanda penghargaan kerana membuat panggilan.
> Kesimpulan eksplikatur: kita perlu mengamalkan amalan budi bahasa dalam menjawab panggilan telefon.

Inilah yang dikatakan unsur implikatur, iaitu kita digalakkan memberi teguran dengan cara yang baik seperti menunjukkan tauladan yang positif tanpa menggunakan kata-kata sindirin atau kesat. Melalui perbincangan di atas, menjadikan kos memproses adalah rendah kerana penonton dapat memahami makna nilai budi bahasa dengan senang. Ujaran "terima kasih kerana menghubungi kami. Ada apa yang boleh saya bantu?" tentu sekali bersifat tersurat, iaitu ujaran atau ungkapan yang jelas dan mudah difahami suapaya masyarakat sentiasa mengamalkan amalan budi bahasa ketika berkomunikasi dengan masyarakat. Malahan, maklumat-maklumat tambahan seperti yang dinyatakan di atas adalah bersesuaian dan amat membantu penonton menginterpretasi makna hemah tinggi.

Berdasarkan hujahan di atas, jelas kepada kita bahawa dalam ujaran, kesan konteks yang banyak beserta usaha memproses maklumat yang rendah akan menjamin kerelevenan sesuatu ujaran. Maka, dapat disimpulkan makna hemah tinggi melalui amalan budi bahasa dianalisis berdasarkan ujaran yang dilontarkan, nada dan intonasi serta penggunaan kata ganti diri pertama.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

4.3.2 Iklan "Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Dalam LRT" (TI2)

Iklan TI2 diterbitkan pada tahun 2009 mempamerkan nilai hormat-menghormati, tolong-menolong dan rasional.

a) Hormat-menghormati

Hormat ialah menghargai dan memuliakan seseorang dan institusi sosial dengan memberi layanan yang bersopan. Hormat-menghormati merangkumi hormat dan taat kepada ibu bapa, hormat kepada orang yang lebih tua, guru, rakan, jiran tetangga dan pemimpin serta banyak lagi.

Berpandukan dari aspek konteks dalam Teori Relevans, penonton akan membuat tafsiran nilai hormat yang cuba disampaikan dalam TI2 ialah sebagai memberi keutamaan kepada orang yang lebih memerlukan seperti warga emas, ibu mengandung dan orang kurang upaya (OKU) kerana golongan sedemikian mempunyai faktor kesihatan dan umur yang memungkinkan mereka perlu diutamakan terutama di kawasan awam. Dalam situasi iklan ini ialah memberi keutamaan kepada warga emas di dalam LRT melalui gambaran sikap L1. Misalnya, tanpa melengahkan masa, L1 segera bangun dan terus mempelawa PT1 untuk duduk di tempat duduknya. Maka, perbuatan L1, iaitu mempelawa dapat membawa makna sebagai perbuatan mengajak dan mempersilakan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Seterusnya, nilai hormat dapat dilihat dari aspek kesan konteks apabila penonton dapat merasakan nilai hormat adalah sebagai memberi dan menyediakan tempat duduk kepada warga tua di dalam LRT itu. Contohnya, PT1 kelihatan amat gembira keranaL1 bersikap bertimbang rasa kepadanya dengan memberikan tempat duduk. Maka, pengkaji meletakkan perlakuan memberi oleh L1 sebagai menyerah sesuatu dengan membenarkan, mengizinkan atau merelakan. Umpamanya, PT1 kelihatan amat gembira kerana L1 bersikap bertimbang rasa kepadanya dengan memberikan tempat duduknya.

Ekoran daripada perbincangan di atas, mesej yang hendak disampaikan oleh KKMM ialah kita hendaklah sentiasa bersikap hormat-menghormati kepada golongan yang lebih tua dan memerlukan seperti orang OKU dan orang buta. Cara menunjukkan hormat boleh ditonjolkan dengan pelbagai cara. Dalam situasi iklan ini, nilai hormat ditunjukkan melalui memberi tempat duduk kepada warga emas.

Sehubungan itu, usaha memproses adalah rendah kerana wujud perbuatan dalam memproses maklumat makna nilai hormat dengan mudah. Gambaran sikap dan perbuatan yang dilukiskan melalui watak L1 berjaya dengan penggunaan beberapa watak lain yang terdiri daripada golongan tua dan muda di tempat awam, sesuai dengan pepatah Melayu "yang tua dihormati;yang muda disanjungi". Dengan ini, apabila hajat atau hasrat penutur dapat diterima oleh pendengar, maka ujaran itu dianggap sebagai

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

relevan. Dengan ini dapat disimpulkan bahawa makna hormat-menghormati dianalisis menerusi sikap dan perbuatan.

b) Tolong-menolong

Nilai seterusnya ialah tolong-menolong, iaitu memberi bantuan secara sukarela tanpa paksaan kepada golongan yang memerlukan.Melalui Teori Relevans yang mementingkan aspek konteks, penonton akan mula mengandaikan nilai tolong-menolong terpancar daripada ekspresi muka seorang PT1 yang mahu dibantu mencari tempat duduk untuknya kerana beliau sudah tua dan tidak berkemampuan untuk berdiri.

Oleh yang demikian, pengkaji merasakan medan makna yang sesuai dalam menggambarkan nilai tolong-menolong ialah "memerhati" sebagai melihat, memandang dengan penuh minat dan harapan. Dalam situasi iklan ini misalnya, PT1 hanya memerhati semua orang yang berada di dalam LRT jika ada sesiapa yang ingin mempelawanya duduk. Sehubungan itu, perbuatan daripada ekspresi muka, iaitu memerhati oleh PT1 bermaksud melihat orang yang ada disekelilingnya dengan harapan, ada yang ingin memberikan tempat duduk.

Berdasarkan perbuatan memerhati yang dinyatakan di atas menunjukkan makna seolah-olah sesuatu pengharapan yang diminta agar diberikan bantuan. Dalam erti kata yang lain, kita perlu bersikap prihatin

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

terdapat keadaan sekeliling dan bersedia memberi pertolongan kepada golongan yang memerlukan khususnya di tempat awam.

Manakala dari sudut kesan konteks pula, penonton sudah dapat membuat andaian L1 memberi bantuan kepada PT1 yang sudah tua itu dengan cara memberikan dan menawarkan tempat duduknya. L1 merasakan PT1 kurang berkemampuan kerana sudah tua dan perlu diberikan keutamaan berbanding dirinya. Maka, perlakuan oleh L1 dalam situasi ini ialah "mempelawa". Mempelawa ialah perbuatan mengajak, mempersilakan yang digambarkandalam iklan tersebut seperti tanpa melengahkan masa, L1 segera bangun dan terus mempelawa PT1 untuk duduk di tempat duduknya. PT1 kelihatan amat gembira kerana L1 bersikap bertimbang rasa.

Melalui perlakuan yang dinyatakan di atas sudah jelas membantu penonton dalam memproses maklumat untuk memahami dan menginterpretasi makna nilai tolong-menolong berdasarkan situasi iklan tersebut dengan mudah dan berkesan. Oleh itu, ujaran yang diungkapkan mempunyai kesan konteks yang tinggi dan kos memproses rendah berdasarkan Teori Relevans. Sehubungan itu, dapat dirumuskan bahawa makna tolong-menolong dalam TI2 dianalisis berdasarkan ekspresi muka dan perlakuan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

c) Rasional

Rasional merupakan nilai yang sentiasa mengutamakan pemikiran waras dan tenang, iaitu tidak mengikut dorongan perasaan dan hawa nafsu. Rasional berupaya mengambil kira baik buruknya sesuatu perkara sebelum membuat keputusan.

Apabila pengkaji berbicara mengenai aspek konteks dalam Teori Relevans, penonton akan mentafsirkan makna rasional yang disampaikan ialah sebagai berfikir dengan sewajarnya berdasarkan pengalaman lalu dan seterusnya diambil tauladan dan pengajaran.

Manakala dari segi kesan konteks pula, makna nilai rasional dapat difahami oleh penonton apabila perlakuan seorang L1 yang teringat akan kesilapannya yang lalu, iaitu L1 tidak memberikan tempat duduk kepada seorang LT1. Setelah berfikir dan menginsafi kesalahannnya, L1 terus bangun dan memberikan tempat duduk kepada PT1. Oleh yang demikian, perlakuan yang dilakukan oleh L1 dapat memperincikan aspek konteks dan kesan konteks adalah "teringat", iaitu masih dalam fikiran, tidak lupa dan terkenang dengan tiba-tiba. Ini dibuktikan melalui babak dalam contoh (1) di bawah:

> Seorang L1 teringat akan peristiwa sebelum ini ketika L1 berada di dalam LRT di mana L1 duduk di tempat yang disediakan bersama dua orang lelaki, iaitu L2 yang berada di kiri dan L3 di kanannya yang sedang tidur. Selepas itu, datang seorang LT1 yang agak berumur memasuki LRT itu dan berdiri berhampiran tempat duduknya kerana tempat duduk

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

> yang disediakan sudah penuh. LT1 itu melihatnya seperti meminta padanya untuk memberikan tempat duduk kepadanya disebabkan umurnya yang sudah lanjut dan tidak mampu berdiri lama ketika berada di dalam LRT. L1 hanya melihat LT1 lalu menoleh ke arah L2 yang berada di sebelah kiri dan L3 di kanannya sedang tidur, lalu L1 pun berpura-pura tidur. LT1 itu merasa kecewa melihat perbuatan L1 seperti tidak ingin memberikan tempat duduk kepadanya dengan berpura-pura tidur dan L1 menunduk seakan-akan hampa. Selepas mengingati peristiwa itu, L1 terus tersedar dan teringat kesilapan yang dilakukannya pada masa lalu kerana tidak bersikap hormat dan bertimbang rasa pada yang tua. Tanpa melengahkan masa, L1 segera bangun dan terus mempelawa PT1 untuk duduk di tempat duduknya.
>
> (Teks Iklan 2)

Dalam pada itu, perbuatan teringat tersebut membawa makna kepada masyarakat supaya sentiasa berfikiran waras dan rasional sebelum melakukan sesuatu perbuatan atau pekerjaan malahan belajar daripada pengajaran akibat kesilapan yang lalu bak kata puitis hari ini lebih baik daripada semalam.

Daripada hujahan aspek konteks dan kesan konteks di atas, maka usaha memproses adalah rendah kerana gambaran perlakuan dan sikap yang diadaptasi daripada watak L1 dapat disampaikan dengan baik dan berkesan kepada penonton. Sesuatu andaian daripada ujaran yang dihasilkan mudah dikesan maksudnya oleh pendengar dapat dianggap ujaran yang relevan. Tuntasnya, penonton senang menerima iklan ini kerana latarbelakang peristiwa dan gelagat senario tersebut kerap terjadi dalam masyarakat hari

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

ini. Maka, pengkaji dapat merumuskan makna rasional dinilai berdasarkan perlakuan yang dilakukan.

4.3.3 Iklan "Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita" (TI3)

Iklan seterusnya dianalisis dalam kajian ini ialah TI3 disiarkan di televisyen pada tahun 2012. Berdasarkan situasi TI3, banyak nilai murni yang diperolehi dan boleh dijadikan contoh dalam kehidupan semangat kejiranan yang aman dan harmoni. Apabila mengamati iklan ini, sudah jelas beberapa nilai murni seperti nilai tolong-menolong, kasih sayang, baik hati, semangat bermasyarakat serta kerjasama berjaya dipamerkan melalui watak L2.

a) Tolong menolong

Nilai tolong-menolong merupakan nilai murni pertama dalam TI3.Tolong-menolong adalah amalan yang mulia yang menggambarkan seseorang yang suka menolong orang di kala ditimpa kesusahan.

Nilai tolong-menolong dapat dileraikan dari segi konteks, apabila penonton akan mentafsir makna nilai itu ialah sebagai membantu orang yang sedang kesusahan atau berada dalam kesakitan yang memerlukan bantuan dalam situasi kecemasan. Melalui ujaran "tolong" yang sengaja diujarkan oleh L2 dalam TI3.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Sementara dari aspek kesan konteks, pengkaji meletakkan ujaran "tolong" sebagai minta bantuan atau sokongan. Penonton sudah boleh membuat kesimpulan makna nilai tolong-menolong diterjemahkan menerusi sikap dan perbuatan L2 yang sudi membantu L1 yang sedang sakit dengan membawa ke hospital. Pertolongan ikhlas yang dihulurkan oleh L2 membuat L1 sedar akan kesilapannya. Misalnya, dalam ujaran seperti contoh (1) di bawah:

> L1 : Kalau bukan Encik Gopal yang tolong saya semalam, tidak tahu la apa yang akan terjadi.
> (Teks Iklan 3)

Melalui ujaran yang dilontarkan dalam contoh TI3 di atas, terdapat unsur implikatur yang dikesan, iaitu:

> Andaian implikatur: L1 tidak pasti apa yang akan berlaku kepadanya sekiranya L2 tidak datang membantunya.
>
> Kesimpulan implikatur: L1 membuat penghargaan atas bantuan dan pertolongan yang dihulurkan oleh L2 kerana jka tanpa bantuan, keadaan L1 pasti akan membawa padah.

Melihat daripada contoh ujaran di atas, sudah jelas mempamerkan mesej tersirat, iaitu implikatur. Mesej tersirat yang disampaikan daripada perbincangan sebelum ini ialah sikap tolong-menolong dalam kejiranan adalah amat mustahak lebih-lebih lagi dalam situasi kecemasan. Oleh itu, kita hendaklah sentiasa bersikap terbuka dalam memberi bantuan dan pertolongan kepada sesama jiran.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Konklusi daripada hujahan di atas, usaha memproses adalah rendah kerana aspek konteks dan kesan konteks yang banyak dan tinggi dengan contoh ujaran yang dilampirkan membantu penonton memahami makna nilai tolong-menolong. Mengikut Sperber dan Wilson (1986), menyatakan sesuatu ujaran yang relevan harus mempunyai sifat yang jelas dan nyata. Lukisan watak yang dimainkan L2 amat cekap ditonjolkan oleh pihak KKMM melalui penyampaian mesej yang berterus-terang dan secara tersurat. Maka, pengkaji mendapati makna tolong-menolong dianalisis berdasarkan perbuatan dan ujaran yang dilontarkan.

b) Semangat bermasyarakat

Nilai semangat bermasyarakat lahir daripada kesinambungan nilai tolong-menolong di atas. Hal ini berlaku kerana, nilai itu membawa pertalian yang rapat dan saling bertalian antara satu sama lain. Semangat bermasyarakat membawa maksud sikap dan kegiatan yang sesuai dengan cara hidup dalam kumpulan. Kesediaan melakukan sesuatu untuk kepentingan bersama bagi mewujudkan keharmonian hidup dalam masyarakat seperti bermuafakat, kerajinan dan peka kepada isu-isu sosial dalam masyarakat.

Menurut perseptif Islam, semangat bermasyarakat boleh diertikan sebagai kesediaan melakukan sesuatu dengan semangat kekitaan untuk kepentingan bersama bagi mewujudkan keharmonian hidup bermasyarakat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Semangat bermasyarakat dalam situasi iklan ini ialah berfokuskan kepada semangat kejiranan antara watak L1 dan L2.

Dari segi konteks, penonton akan mengandaikan semangat kejiranan yang ditonjolkan dalam iklan ini ialah melalui amalan tolong-menolong yang telah dibincangkan sebelum ini. Maka, dapat disimpulkan makna semangat bermasyarakat dapat disampaikan dengan senang kepada penonton. Penonton dapat memahami dan menginterpretasi makna semangat bermasyarakat rentetan daripada nilai tolong-menolong secara logik dan cekap. Semangat kejiranan jiran adalah penting dalam hidup bermasyarakat kerana selain keluarga dan sahabat terdekat, jiran juga dapat membantu di dalam kesusahan. Ini dibuktikan dengan ujaran, iaitu "sebagai jiran, kita wajib menolong". Ujaran "wajib" ialah mesti atau perlu, sudah seharusnya atau sepatutnya. Misalnya, dalam contoh (2) berikut:

> Pada suatu hari, L1 diserang sakit jantung.
> L1 : Allah! Bawa saya sekarang ke klinik.
> IL1 : Saya tak boleh bawa kereta bang.
> Mujurlah L2 mahu membantu L1 membawa ke hospital.
> L1 : Kalau bukan Encik Gopal yang tolong saya semalam, tidak tahu la apa yang akan terjadi.
> (Teks Iklan 3)

Seterusnya, penggunaan kata ganti nama "kita" dalam iklan ini bermaksudkata ganti nama bagi diri orang yang bercakap serta sekalian yang hadir, membuktikan L2 merasakan hubungan kejiranannya antara L1 amat erat sekali, yakni saling memerlukan antara satu sama lain. Dengan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

berbantukan konteks yang logik dan kesan konteks yang mencukupi, pendengar dapat memproses mesej yang dihajati oleh penutur.

Pengkaji dapat melihat penggunaan kata nama "kita" dan ujaran "macam adik-beradik" membawa implikatur yang jelas kepada mesyarakat, iaitu:

Andaian implikatur : jiran yang baik mempunyai hubungan yang erat seolah-olah adik-beradik. .

Kesimpulan implikatur : kita hendaklah sentiasa melayani dan berbuat baik sesama jiran, iaitu mempunyai semangat bermasyarakat yang akrab dan rapat.

Daripada hujahan di atas, pihak KKMM cuba menggarapkan semangat bermasyarakat, iaitu hubungan kejiranan yang kini semakin longgar dalam masyarakat. Mesej daripada iklan ialah membina perhubungan yang baik antara jiran.

Walau bagaimanapun, pengkaji merasakan konflik yang berlaku dalam hubungan kejiranan melalui jelmaan sikap dan keperibadian kedua-dua watak L2 dan L1 merupakan kemuncak dalam iklan ini. Perbandingan dua watak yang berbeza berjaya dihidupkan oleh pihak KKMM, iaitu L2 mempunyai semangat kejiranan yang tinggi berbanding L1 adalah sebaliknya. Misalnya, dalam contoh (3) berikut:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

L1 : Ini mesti kerja dia ni.
L2 : *Sorry.*
L1 : *Sorry* saja kau tau. kau ada otak ke? Kau suka-suka hati saja buang sampah kat tempat aku.

(Teks Iklan 3)

Maka, ujaran yang lontarkan "seperti kau suka-suka hati saja buang sampah kat tempat aku" di samping bahasa badan yang kurang senang tidak mampu menafikan mempunyai semangat kejiranan yang longgar. TI3 memberikan impak yang besar kepada penonton supaya sentiasa peka dan menititikberatkan kehidupan berjiran di kawasan mereka. Ini yang dikenali sebagai implikatur di sebalik iklan tersebut.

Oleh itu, penonton dapat membuat perbandingan yang mudah dalam mengetengahkan nilai semangat bermasyarakat. Pengkaji berpendapat pihak KKMM sengaja membanding-banding watak secara positif dan negatif dengan percaya penonton dapat menilai dengan cekap dan mengambil iktibar daripada TI3. Ini adalah penting kerana masyarakat kini terlalu sibuk dengan urusan masing-masing tanpa menghiraukan serta mengabaikan semangat kejiranan dalam persekitaran mereka. Ini yang dikatakan implikatur di sebalik iklan tersebut. Maka, dapat disimpulkan bahawa makna semangat bermasyarakat dinilai melalui ujaran, perbuatan dan penggunaan kata ganti nama yang digunakan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

c) Baik hati

Baik hati membawa pelbagai maksud yang sukar diungkapkan. Nilai ini merangkumi sikap sentiasa mengambil berat terhadap perasaan dan kebajikan orang lain secara tulus ikhlas. Sikap ini dilihat dengan menilai tindak tanduk seperti aspek belas kasihan, bertimbang rasa, murah hati, saling faham memahami dan sedia memaafkan. Dalam konteks ini, pengkaji memfokuskan sifat murah hati, iaitu sedia memberi bantuan secara ikhlas dan ihsan kepada mereka yang memerlukan sama ada dalam bentuk kebendaan dan sokongan moral.

Makna nilai baik hati dari perspektif konteks dalam Teori Relevans dapat dikesan oleh penonton bahawa mengandaikan bahawa L2 mempunyai nilai baik hati. Ini digambarkan melalui ujarannya "kita bukan saja jiran yang baik, tetapi macam adik-beradik". Ini memberi makna, hubungan jiran bukan sekadar jiran sahaja malah lebih rapat seperti hubungan erat adik-beradik dan ahli keluarga setimpal pepatah Melayu "bagai aur dengan tebing" dan "air dicincang tidak akan putus", iaitu hubungan yang erat dan tidak dapat dipisahkan. Maka, medan makna di sini ialah ujaran "adik-beradik", iaitu beberapa orang yang mempunyai hubungan kekeluargaan dan persaudaraan yang erat.

Manakala apabila berbicara aspek kesan konteks, penonton mempunyai tanggapan makna baik hati diterjemahkan melalui perwatakan L2 membantu L1 yang sedang kesakitan untuk dibawa ke hospital. L2 sudi

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

membantu L1 dengan ikhlas tanpa menyimpan sifat dendam ekoran perselisihan faham yang berlaku di antara mereka sebelum ini. L2 tidak mengingati perkara yang lepas dan baginya membantu jiran adalah wajib dilakukan.

Ujarannya "kita bukan saja jiran yang baik, tetapi macam adik-beradik" membawa implikatur, iaitu:

Andaian implikatur: kita hendaklah sentiasa mempunyai hubungan yang erat sesama jiran.

Kesimpulan implikatur: kita hendaklah sentiasa berprasangka positif dan berbuat baik sesama jiran.

Sementara dari segi usaha memproses adalah rendah. Ini berlaku kerana banyak maklumat yang membantu proses penilaian makna baik hati dapat diinterpretasi dan difahami dengan mudah oleh penonton sebagai pendengar dan pemerhati iklan. Ujaran oleh L2 yang terdiri daripada "wajib menolong "dan "adik-beradik" merupakan ujaran yang setimpal dan berkesan dalam menterjemahkan nilai baik hati. Sehubungan itu, pengkaji dapat merumuskan makna baik hati dianalisis berdasarkan perbuatan dan ujaran yang dilontarkan.

d) Kerjasama

Dalam konteks iklan ini, nilai kerjasama terpancar berdasarkan sifat toleransi. Toleransi membawa pengertian yang meluas merangkumi sikap

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

kelonggaran dan keterbukaan dalam pelbagai ruang aspek kehidupan. Toleransi juga dikenali sebagai sanggup bertolak ansur, sabar dan dapat mengawal diri bagi mengelakkan berlakunya perselisihan dan pertelingkahan.

Nilai toleransi dari segi konteks menurut Sperber dan Wilson (1986), iaitu pengasas Teori Relevans, penonton akan membuat andaian awal bahawa L1 tidak menunjukkan sikap toleransi kerana sikapnya yang memarahi L2 disebabkan perkara pasu bunga dan sampah. Ini adalah perkara yang remeh dan tidak wajar untuk dimarahi. Misalnya, ujaran yang diucapkan oleh L1 kepada jirannya dalam contoh (4) di bawah:

L1 : Ini mesti kerja dia ni.
L2 : *Sorry.*
L1 : *Sorry* saja kau tau.

(Teks Iklan 3)

Ujaran dalam contoh di atas membawa makna implikatur, iaitu:

Andaian implikatur: L1 tidak mudah memaafkan L2 meskipun L2 melakukan kesalahan kecil dan sudah memohon maaf.

Kesimpulan implikatur: L2 tidak berfikiran terbuka, iaitu tidak mudah bertolak ansur meskipun dalam perkara yang dianggap remeh.

Maka, dalam konteks ujaran di atas ialah "sorry saja kau tau" sudah jelas menunjukkan kepada penonton L1 sukar dan tidak mudah menerima kemaafan daripada L2. Sebagai masyarakat yang bertoleransi, seharusnya menjaga hubungan baik antara satu sama lain. L1 sepatutnya bertanya

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

terlebih dahulu mengapa sampah tersebut berada di hadapan rumah dan sedia memaafkan L2 yang melakukan kesalahan secara tidak sengaja. Mesej daripada iklan ini ialah selidik dahulu sebelum mengambil tindakan secara melulu dan membuta tuli. Maka, mesej yang dinyatakan di atas adalah berupa implikatur di sebalik ujaran tersebut.

Pihak KKMM seterusnya memperlihatkan nilai toleransi yang diterjemahkan pula melalui watak L2. Penonton sudah boleh mengandaikan L2 sangat toleransi kerana senang menerima kemarahan L1 dengan hati terbuka berdasarkan riak mukanya yang bersahaja. Ini dibuktikan dengan ujaran "tak apalah", bermaksud tidak mengapa atau tidak apa-apa. Ini yang dinamakan aspek konteks dalam Teori Relevans.

Manakala dari kesan konteks pula, penonton memahami makna toleransi melalui sikap L2 yang sudi menghantar L1 ke hospital walaupun berlaku perselisihan faham sebelum itu. Sehubungan itu, dapat disimpulkan bahawa usaha memproses adalah sedikit kerana banyak hujahan yang dinyatakan di atas membuatkan penonton sedar akan nilai toleransi dipamerkan melalui perbandingan dua watak yang berbeza itu. Perlu diingatkan bahawa, dalam Teori Relevans bersandarkan kepada apa-apa yang dipentingkan dalam ujaran ialah terletak kepada kerelevannya dan bukan kebenaran mutlak (Nor Hashimah Hashim, 2007). Maka, berdasarkan perbincangan di atas dapat disimpulkan bahawa makna toleransi dinilai melalui perbuatan dan ujaran.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

e) Hemah tinggi

Hemah tinggi terpancar melalui amalan budi bahasa mampu dilihat oleh ujaran Encik Gopal yang menunjukkan usaha memproses yang rendah. Ini kerana dari segi konteks, penonton membuat ramalan awal L2 mempunyai budi bahasa ketika berinteraksi dengan jirannya berdasarkan medan makna "sorry". "Sorry" merupakan istilah bahasa Inggeris diterjemahkan dalam bahasa Melayu sebagai maaf, iaitu kerelaan melepaskan atau membebaskan seseorang daripada hukuman, kesalahan atau ampun. Dalam hal ini, memohon maaf dianggap sebagai amalan budi bahasa yang mampu meraih perasaan impati dan ehsan seseorang dalam sebuah perhubungan.

Berbeza sekali dengan ujaran yang dilontarkan oleh L1, iaitu "ini mesti kerja dia!". Dengan intonasi yang tinggi menunjukkan L1 menggunakan bahasa yang kasar dan kurang menyenangkan. Dari segi kesan konteks pula, penonton dapat membuat kesimpulan bahawa L2 mempunyai budi bahasa tinggi walaupun jirannnya sudah menyakiti hatinya melalui konflik yang berlaku sebelum ini. Dengan intonasi dan gaya penyampaian yang lembut mampu memberi kesedaran kepada penonton seperti contoh (5) berikut:

L2 : Tak apa la Encik Ismail, sebagai jiran, kita wajib menolong jika dalam kesusahan.

(Teks Iklan 3)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Ungkapan "sorry" dan "kita bukan saja jiran yang baik, tetapi macam adik-beradik" adalah ujaran bermanisfestasi yang jelas membuktikan L2 seorang yang berbudi bahasa yang baik. Mengikut Sperber dan Wilson (1986) sesuatu ujaran yang hendak disampaikan harus mempunyai sifat yang jelas dan nyata. Ujaran yang mempunyai kesantunan bahasa yang tinggi dan mesra akan disenangi oleh semua orang dan dapat mengelakkan berlaku perselisihan faham dan persengketaan dalam sebuah perhubungan.

Daripada ujaran "sorry"dan "tak apalah" dalam contoh di atas, pengkaji dapat mengesan ujaran implikatur, iaitu:

Andaian implikatur: L2 memohon maaf dan mengalah atas konflik yang terjadi antaranya dengan L1.

Kesimpulan implikatur: L2 mempunyai budi bahasa yang baik walaupun sudah dimarahi oleh L1 sehingga menimbul kekesalan kepada L1.

Konklusinya, implikatur di sebalik ujaran tersebut ialah kita perlu mengamalkan ketrampilan berbahasa yang baik dengan sesiapa sahaja seperti yang ditunjukkan oleh L2. Dengan ini, pengkaji dapat merumuskan bahawa makna hemah tinggi dibincangkan berdasarkan ujaran yang dikomunikasikan di samping nada dan intonasi penyampaian yang baik.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

4.3.4 Iklan Budi Bahasa Budaya Kita (TI4)

TI4 merupakan iklan kreatif yang sangat sesuai menggambarkan masyarakat yang berbilang kaum seperti Malaysia dalam membentuk budi pekerti yang baik untuk melahirkan suasana yang harmonis dan sejahtera. Bersesuaian dengan konsep dan tema iklan ini, mengisahkan tentang kepentingan amalan budi bahasa dalam masyarakat kita pada hari ini.

a) Hemah Tinggi

Hemah tinggi merupakan salah satu nilai murni yang diketengahkan dalam iklan di atas. Hemah tinggi yang dimaksudkan di sini ialah berbudi pekerti dengan tingkah laku mulia dan lemah lembut yang patut diamalkan oleh seseorang individu dalam hubungannya dengan ahli masyarakat seperti kesopanan, kesantunan, mengakui kesalahan dan ramah mesra.

Berdasarkan aspek konteks, penonton membuat tafsiran awal bahawa hemah tinggi yang dimaksudkan dalam iklan ini ialah sebagai kepentingan budi bahasa yang perlu diaplikasikan dalam kehidupan seseorang yang hidup dalam kelompok masyarakat.

Sementara dari segi kesan konteks pula, penonton membuat tafsiran L1 tidak seharusnya bersikap sombong dengan tidak mengucapkan terima kasih. Perbuatan bahasa badan dan reaksi muka yang dijelmakan dalam watak L1 yang sombong dapat dilihat melalui perbuatannya, iaitu duduk

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

dengan bersilang kaki dan berpeluk tubuh. Perbuatan berpeluk tubuh dapat difahami sebagai berdakap tangan yang menunjukkan malas berusaha sebagaimana yang ditunjukkan dalam TI4, iaitu L1 dilihat begitu sombong, L1 duduk dengan bersilang kaki dan berpeluk tubuh tanpa mengucapkan terima kasih.

Pengkaji berpendapat, nilai di atas adalah relevan berdasarkan kesan konteks yang tinggi dan usaha memproses yang sedikit kerana maklumat-maklumat diberikan dapat membantu proses penyampaian makna nilai hemah tinggi dengan mudah sekali. L1 sepatutnya mengucapkan terima kasih dan paling tidak melemparkan senyuman sebagai tanda penghargaan. Berbeza dengan W1 yang menegeluarkan ujaran "terima kasih" kepada seorang BL1 yang membantu membawa barang-barangnya.

Ujaran di atas sudah pasti membawa eksplikatur, iaitu:

Andaian eksplikatur: berterima kasih atas bantuan yang diberikan oleh BL1.

Kesimpulan eksplikatur: sebagai menghargai BL1 yang sudi membantunya.

Maka, makna hemah tinggi yang dibincangkan di atas dinilai berdasarkan perlakuan yang dilakukan.

b) Tolong-menolong

Nilai murni seterusnya ialah tolong menolong yang dapat difahamkan sebagai usaha baik dan membina yang dilakukan secara bersama pada peringkat individu, komuniti, masyarakat atau negara untuk

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mencapai sesuatu matlamat seperti persaudaraan, tanggungjawab bersama, gotong royong, ketoleranan dan perpaduan. Berdasarkan aspek konteks, penonton akan membuat andaian bahawa amalan tolong-menolong adalah sangat mustahak dilakukan bagi membantu orang yang berada dalam kesusahan.

Aspek kedua ialah kesan konteks, penonton membuat andaian L1 kurang baik budi pekertinya kerana tidak membantu W1 yang sarat mengandung membawa barang-barangnya. L1 seharusnya membantu W1. Mesej yang cuba disampaikan oleh pihak KKMM kepada penonton ialah kita perlu menghulurkan bantuan kepada orang yang mengalami kesusahan agar kita juga akan mendapat bantuan apabila kita ditimpa kesusahan atau masalah. Misalnya, dalam TI4 memperlihatkan kelihatan seorang W1 yang sedang menghampiri L1. W1 membawa barang yang banyak. L1 tidak mahu menolong W1 yang sarat mengandung apabila barang-barangnya terjatuh. L1 melihat dan membiarkan sahaja W1.

Manakala usaha memproses ialah kurang kerana kehadiran maklumat yang banyak dapat membantu penonton menginterpretasi makna tolong-menolong. Ini dikesan menerusi perlakuan L1 yang kurang berbudi bahasa dan tidak membantu. Iklan ini secara tidak langsung dapat menimbulkan kesedaran kepada penonton agar tidak berbuat demikian. Perlakuan "membiarkan" bermaksud mengabaikan atau tidak mempedulikan. Menurut Teori Relevans, ujaran yang dianggap relevan ialah

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

ujaran yang rendah kos prosesnya tetapi melahirkan kesan konteks yang tinggi.

Berbeza sekali dengan perlakuan BL1 yang sudi membantu W1 membawa barang-barangnya. Jelas di sini, pihak KKMM sengaja melukiskan dua wanita yang berbeza supaya masyarakat dapat membandingkan perlakuan yang baik dengan perlakuan yang kurang baik. Maka, pengkaji sudah berupaya membuat rumusan bahawa makna bagi nilai tolong-menolong dianalisis melalui perbuatan dan perlakuan oleh BL1.

c) Semangat Bermasyarakat

Pengkaji merasakan nilai semangat bermasyarakat yang ditonjolkan dalam iklan ini adalah relevan kerana usaha memproses adalah rendah dan tidak banyak persoalan yang dikenali sebagai gangguan ekoran terdapat banyak maklumat yang boleh membantu proses pemahaman makna nilai semangat bermasyarakat. Hal ini kerana, analisis nilai sebelum ini cukup menggambarkan nilai bermasyarakat. Sementara dari segi konteks dan kesan konteks pula, penonton dapat mengandaikan dan membuat tanggapan bahawa TI4 tidak langsung mencerminkan nilai semangat bermasyarakat melalui perbuatan dan perlakuan yang mewakili bahasa tubuh oleh watak L1 yang bersikap sombong dan tidak menghiraukan keadaaan sekelilingnya.

Berbeza sekali dengan perlakuan BL1 yang membantu membawa barang-barangnya. Maka, dapat dikatakan bahawa perlakuan BL1 tersebut

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mempamerkan nilai semangat bermasyarakat, iaiu peka dan prihatin akan kepeluan sekelilingnya. Bagi Teori Relevans, apabila pendengar perlu berusaha dengan bersungguh-sungguh, kos memproses sesuatu ujaran menjadi tinggi dan apabila kos memproses menjadi tinggi, maka kesan kognitif yang diperolehi menjadi rendah. Kesan kognitif yang rendah menjadikan relevan (Hasmidar Hassan, 2011). Maka, pengkaji dapat membuat kesimpulan bahawa makna semangat bermasyarakat yang dianalisis sebentar tadi adalah berdasarkan perlakuan yang diwakili oleh bahasa tubuh L1.

4.3.5 Iklan "Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua" (TI5)

a) Tolong-menolong

Nilai murni yang dipaparkan dalam TI5 ialah nilai tolong-menolong. Tolong-menolong bermaksud usaha yang baik dan membina yang dilakukan untuk membantu dan meringankan kesusahan kepada semua peringkat individu dan komuniti masyarakat. Dalam TI5 memfokuskan tolong-menolong terhadap golongan tua.

Menurut Teori Relevans yang diperkenalkan oleh Sperber dan Wilson pada tahun 1986, sesuatu ujaran dianggap lebih relevan jika mempunyai lebih kesan konteks. Usaha memproses ialah usaha pendengar dalam memproses maklumat atau makna ujaran. Sekiranya ujaran itu dapat

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

difahami dengan mudah, maka kos memproses maklumat bagi ujaran tersebut dapat dianggap rendah.

Dari segi konteks, penonton akan beranggapan awal makna tolong-menolong dalam situasi iklan ini ialah kedatangan seorang PT1 meminta bantuan daripada sekumpulan PL. Ini dapat dilihat melalui pertanyaan yang dilontarkan bagi mengetahui di mana cucunya berada ketika itu. Ujaran dalam menggambarkan situasi ini ialah "ada nampak tak" berdasarkan contoh (1) di bawah:

PT1: Nak, ada nampak tak cucu nenek, Mira?

(Teks Iklan 5)

Sementara dari segi kesan konteks pula, penonton dapat merasakan PL1 tidak mempunyai nilai tolong-menolong dalam dirinya. Ini berlaku kerana,PL1 menjawab pertanyaan PT1 tidak bersungguh-sungguh dan tidak serius seperti acuh tidak acuh melalui riak muka yang dijelmakan. Misalnya, dalam contoh (2) berikut):

PL1: Mira mana nek? (menjawab soalan acuh tidak acuh.)

(Teks Iklan 5)

Di sini, dapat dilihat bahasa gerak badan dan ekspresi muka oleh PL1 yang menggambarkan ketidaksungguhannya menjawab pertanyaan PT1. "Acuh-tak acuh" merupakan perlambangan bahasa yang membawa maksud tidak peduli, tidak mengambil berat, tidak menunjukkan minat atau memberi perhatian. Perlambangan bahasa itu disampaikan secara tersirat dan abstrak

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

daripada watak PL1. Ujaran "Mira mana nek?" (menjawab soalan acuh tidak acuh) berupaya membawa unsur implikatur, iaitu:

Andaian implikatur: PL1 malas menjawab dan tidak mempedulikan pertayaan PT1.

Kesimpulan implikatur: PL1 enggan membantu PT1.

Maka, penonton perlu faham terdapat unsur implikatur, iaitu PL1 perlu menunjukkan sikap tolong-menolong dengan cara memberi perhatian sewajarnya dan menjawab pertanyaan PT1 dengan baik bukan berkelakuan sebaliknya.

Sehubungan itu, usaha memproses pula adalah rendah kerana penonton sudah dapat memahami makna tolong-menolong bersandarkan bukti yang dinyatakan di atas. Oleh yang demikian, makna nilai tolong-menolong yang diadaptasikan dalam iklan tersebut adalah mudah dan berkesan. Perlu diingatkan bahawa dalam Teori Relevans bersandarkan kepada apa-apa yang diujarkan ialah terletak kepada kerelevanannya dan keberkesanan penonton dalam menganggap makna penutur (Nor Hashimah Hashim, 2007). Maka, makna tolong-menolong dianalisis melalui bahasa gerak badan dan ekspreasi muka serta ujaran yang dilontarkan.

b) Hormat-menghormati

Di samping itu, nilai murni yang ditonjolkan dalam TI5 ialah nilai hormat-menghormati. Hormat ialah menggambarkan perasaan muhibah,

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

bertimbang rasa, ikhlas, dan menunjukkan rasa hormat kepada orang lain. Dengan erti kata lain, nilai hormat-menghormati merupakan sifat suka memuliakan dan menghargai seseorang atau institusi sosial dengan memberi layanan yang bersopan serta berhemah.

Pengkaji merasakan iklan ini adalah relevan berdasarkan hujah-hujah yang dikemukakan oleh Teori Relevans. Ini adalah kerana usaha memproses bagi menganalisis makna hormat adalah rendah dengan kehadiran maklumat melalui aspek konteks dan kesan konteks. Dalam aspek konteks, penonton membuat tafsiran makna hormat sebagai tanda penghargaan oleh golongan muda kepada golongan tua.

Manakala aspek kesan konteks pula, penonton dapat memahami bahawa PL1 sepatutnya menunjukkan rasa hormat kepada orang yang lebih tua dengan menjawab pertanyaan lebih serius bukannya menunjukkan kelakuan tidak yang menghiraukan PT1. Ini membuatkan PT1 tersinggung dengan perbuatannya seperti PT1 berkecil hati dengan sikap PL1. Maka,medan makna yangwajar diletakkan dalam hujahan ini ialah perlambangan simpulan bahasa, iaitu berkecil hati sebagai berasa tersinggung perasaan, agak marah dan tawar air.

Walau bagaimanapun, berdasarkan pemerhatian pengkaji cara penyampaian nilai hormat seorang anak terhadap warga tua disampaikan secara tersirat dan tidak langsung. Perbuatan PL1 menimbulkan kekesalan kepada dirinya akibat tidak menghormati PT1 dijelmakan melalui bahasa

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

gerak badan dan ekspresi muka terkejut berdasarkan contoh (3) dalam ujaran di bawah:

PL1: Laa…nenek Mira rupanya (reaksi muka terkejut).

(Teks Iklan 5)

Maka, dengan ini pengkaji merumuskan bahawa perbuatan dan ujaran di samping ekspresi muka dan perlambangan bahasa yang dilontarkan dapat menganalisis makna hormat-menghormati. Daripada ujaran dalam contoh di atas, pengkaji dapat mengesan unsur implikatur, iaitu:

Andaian implikatur: PL1 merasa terkejut dan tidak menyangka PT1 ialah nenek kepada kawannya.

Kesimpulan implikatur: PL1 merasa kesal dan insaf kepada dirinya akibat tidak menghormati PT1.

Ujaran "Laa…nenek Mira rupanya (reaksi muka terkejut) menyatakan unsur implikatur secara tidak tidak langsung, iaitu membawa makna PL1 merasa kesal akan perbuatanya yang tidak menghormati golongan tua. Dalam iklan tersebut, pihak KKMM menyiarkan mesej kepada masyarakat bahawa PL1 perlu menunjukan rasa hormat mereka kepada orang yang lebih tua sama ada melalui perbuatan atau percakapan lisan, iaitu ujaran.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

c) Hemah Tinggi

Sementara itu, nilai hemah tinggi melalui budi bahasa turut diselitkan dalam iklan tersebut. Budi bahasa ialah kesopanan, kehalusan, nilai instrumen, ketrampilan ekspresi, penyampaian berhemah, moral, akal budi, estetika dan sebagainya. Apabila penganalisisan dibuat dari aspek konteks, penonton akan mentafsirkan makna budi bahasa adalah sebagai bercakap dan berbual dengan menggunakan kesantunan bahasa yang baik terhadap golongan yang lebih tua.

Melihat dari sudut kesan konteks, penonton sudah mampu membuat tafsiran PL1 sepatutnya menunjukan nilai budi bahasa yang baik kepada PT1 dengan menjawab pertanyaan secara bersungguh-sungguh dan serius. Sebaliknya, apa yang berlaku perbuatan yang membawa perasaan kurang senang menjawab pertanyaan PT1 digambarkan dalam watak PL1. Ini membuatkan PT1 berkecil hati dengan sikap PL1 yang seolah-olah tidak menghormatinya sebagai orang tua. Apa yang penting di sini, penonton perlu benar-benar faham bahawa budi bahasa yang baik bukan sahaja dapat dibaca melalui ujaran semata-mata tetapi bahasa gerak badan dan perbuatan amat membantu dalam berkomunikasi. Perbuatan bagi melihat situasi ini ialah "acuh tak acuh".

Oleh itu, usaha memproses adalah rendah kerana aspek konteks dan kesan konteks menunjukkan penonton memahami makna nilai budi bahasa. Apabila kos memproses juga tinggi, maka ujaran itu perlu setimpal dengan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

perhatian pendengar. Walaupun, PL1 menjawab pertanyaan PT1 tetapi riak wajah dan bahasa badan yang dipamerkan oleh PL1 terhadap PT1 seakan dapat difahami oleh penonton bahawa PL1 mempunyai kurang budi bahasa. Sehubungan itu, penonton perlu benar-benar faham bahawa makna hemah tinggi dapat dinilai menerusi ekspreasi muka atau bahasa gerak badan yang dipamerkan.

4.3.6 Iklan Kurangkan Manis Dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman (TI6)

a) Hemah Tinggi

Nilai murni pertama yang berupaya dikenal pasti dalam iklan ini ialah hemah tinggi. Hemah tinggi ialah berbudi pekerti dengan tingkah laku mulia dan lemah lembut yang patut diamalkan oleh seseorang individu dalam hubungannya dengan ahli masyarakat seperti kesopanan, mengakui kesalahan dan ramah mesra. Dalam situasi iklan ini, hemah tinggi terpancar melalui ekspresi wajah, iaitu senyum.

Sperber dan Wilson (1988) telah mewujudkan interpretasi makna yang sebenar sebagaimana yang dihajati oleh penutur. Melalui Teori Relevans yang menekankan aspek konteks, penonton mengandaikan kemunculan L1 yang pada mulanya bersikap sombong. sepatutnya menunjukkan perbuatan membalas senyuman kepada mereka yang memperlihatkan senyuman kepadanya. Perbuatan L1 yang tidak

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mempedulikan PT, menunduk ke bawah tanpa melihat PT di ruang hotel dan tidak membalas senyuman kepada PK1 seperti "memandang sepintas lalu".

Gambaran perbuatan ini dipamerkan secara tersirat dan tidak berterus terang dalam menyampaikan makna hemah tinggi kepada penonton berdasarkan amalan senyum menerusi contoh (1) di bawah:

L1 : (Berjalan memasuki kafe hotel).
L2 dan L3 : (Senyum kepada L1).
L1 : (Hanya memandang sekilas lalu).
L2 dan L3 : (Berasa hairan).

(Teks Iklan 6)

Sementara dari aspek kesan konteks, penonton mengubah persepsi mereka kerana akhirnya L1 memperlihatkan senyumannya yang ikhlas di akhir iklan. Dalam TI6 juga, menggambarkan orang di sekelilingnya merasa aneh akan sifat kesombongan L1 yang lokek memberi senyuman sedangkan amalan senyum amat mudah dipraktikkan di mana-mana dan bila-bila masa sebagai tanda penghargaan dan hormat. Maka, medan makna yang sesuai dalam mencerminkan situasi ini ialah perbuatan "senyum". "Senyum" sebagai perbuatan menggerak bibir yang ternaik pada hujungnya yang disertai sinaran mata dan biasanya menunjukkan rasa mesra. Misalnya, dalam contoh (2) di bawah:

L2 : (Menunjukkan isyarat senyum kepada L1).
L1 : (Mula tersenyum).
L2 dan L3 : (Berasa terkejut dengan senyuman L1).
L1 : (Senyum kepada P1).
P1 : (Membalas senyuman itu).

(Teks Iklan 6)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

Usaha memproses bagi situasi iklan ini adalah rendah kerana nilai hemah tinggi yang dibawa dalam iklan ini melalui senyuman bertepatan sekali untuk difahami dan disampaikan kepada penonton. Di samping itu, banyak maklumat yang membantu usaha memproses nilai ini dengan mudah akibat penggunaan pelbagai watak yang menghidupkan suasana dan realiti sebenar. Tambahan, tidak banyak persoalan yang berlegar-legar di fikiran penonton walhal iklan ini lebih banyak mengadaptasi bahasa gerak badan dalam menyampaikan mesej. Maka, dapat disimpulkan bahawa makna hemah tinggi dianalisis melalui ekspresi wajah, iaitu senyum.

b) Hormat-Menghormati

Nilai murni kedua dalam iklan ini ialah hormat-menghormati, iaitu menghargai dan memuliakan seseorang dan institusi masyarakat dengan memberi layanan yang bersopan yang merangkumi hormat dan taat kepada ibu bapa, hormat kepada orang yang lebih tua, guru, rakan, jiran tetangga, hormat kepada kepercayaan dan adat resam pelbagai keturunan dan hormat kepada keperibadian individu.

Dalam situasi iklan ini, penonton sebagai masyarakat akan mula membuat andaian awal bahawa seorang L1 merupakan seorang yang sombong dan tidak menghormati orang lain di sekelilingnya. Ini berlaku kerana L1 amat sukar untuk membalas senyuman kepada orang yang memberi senyuman kepadanya. Ini dipandang dari sisi konteks. Amalan menghormati bukan sahaja boleh terpancar daripada ujaran yang diluahkan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

semata-mata malah bahasa gerak badan boleh membantu. Misalnya, perbuatan melemparkan dan membalas senyuman adalah perkara yang mudah sekali digalakkan dalam mempamerkan amalan hormat-menghormati antara satu sama lain. Sehubungan itu, pengkaji meletakkan perbuatan memandang sekilas sebagai pandangan sesaat, seketika atau selayang pandang.

Berbeza pula watak yang ditampilkan oleh PK yang memperlihatkan perbuatan tunduk hormat sambil tersenyum kepada L1. Ini membawa isyarat yang berupa bahasa gerak badan kepada penonton bahawa perbuatan tunduk oleh PK menandakan rasa hormat dan meraikan kedatangan L1. Maka, perbuatan "tunduk" didefinisikan sebagai menurut perintah, patuh atau taat.

Manakala dari segi kesan konteks pula, L1 sudah mula memperlihatkan senyumannya berdasarkan perbuatan "mula tersenyum" dan "senyum kepada P1 tadi". Memberi senyuman yang mesra kepada orang di sekelilingnya adalah sebagai tanda penghargaan dan rasa hormat tanpa mengira pangkat, darjat, keturunan dan asal usul dalam hidup bermasyarakat. Oleh itu, pengkaji merasakan usaha memproses ialah rendah kerana iklan ini berjaya menyampaikan maklumat sehingga penonton dapat memahami makna nilai hormat dengan mudah sekali. Maka, pengkaji merumuskan bahawa makna hormat-menghormati dinilai berdasarkan perlakuan dan bahasa gerak badan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

4.3.7 Iklan "Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Meletak Kenderaan" (TI7)

TI7 merupakan iklan yang ringkas dalam menonjolkan dua watak yang bersahaja. Babak dalam iklan ini sering berlaku dalam masyarakat hari ini terutama di tempat meletak kereta kawasan awam. Nilai hemah tinggi, bekerjasama dan kejujuran adalah nilai yang berjaya dibawa oleh pihak KKMM kepada watak L1.

a) Hemah Tinggi

Hemah tinggi merupakan antara nilai murni yang digarapkan dalam iklan di atas. Hemah tinggidiertikan sebagai beradab sopan dan berbudi pekerti mulia dalam pergaulan seharian. Ciri-ciri utama orang yang berhemah tinggi ialah seseorang itu merendah diri walaupun memiliki berbagai-bagai kelebihan dari segi harta, rupa, keturunan, darjat atau ilmu pengetahuan. Dalam konteks iklan ini, nilai hemah tinggi yang dimaksudkan ialah sanggup menerima nasihat atau teguran, mengakui kesalahan sendiri serta sedia memperbetulkan kesilapan.

Dari segi konteks dalam Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson (1986), penonton akan membuat andaian bahawa hemah tinggi adalah sebagai perlakuan yang digambarkan melalui perbuatan L1 bersedia menerima teguran dan terus memperbetulkan kesilapannya. Maka, perlakuan yang dilakukan oleh L1 dalam menggambarkan makna hemah tinggi ialah "terus memperbetulkan" melalui contoh dalam TI7, iaitu lalu seorang P1

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

menggelengkan kepala kepada L1. L1 masuk semula ke dalam kereta dan terus membetulkan dengan keretanya dengan baik di ruang yang betul.

Dari segi kesan konteks, penonton berupaya membuat ramalan makna hemah tinggi yang digambarkan melalui perbuatan L1 yang mengalihkan kenderaannya di tempat letak kereta adalah berkesan dan relevan ditonjolkan kepada penonton. Perbuatan L1 adalah memperbetulkan sebagai memperbaiki kesalahan dan kerosakan. Sememangnya pengkaji mengakui nilai hemah tinggi selalunya dijelmakan dalam bentuk tersirat namun iklan tersebut berjaya menyampaikan nilai tersebut dengan mudah sekali.

Berdasarkan perbincangan di atas, pengkaji merasakan usaha memproses adalah rendah. Hal ini berlaku kerana, perlakuan yang digambarkan oleh L1 dalam membawa makna nilai hemah tinggi adalah relevan dan bernas sekali disebabkan maklumat yang mencukupi dalam menginterpretasi nilai tersebut. Berdasarkan hujahan di atas, jelas kepada kita bahawa dalam ujaran, kesan konteks yang banyak beserta usaha memproses maklumat yang rendah akan menjamin kerelevenan sesuatu ujaran. Maka, makna hemah tinggi dalam iklan ini dianalisis melalui perlakuan yang dilakukan kerana TI7 tidak mengeluarkan sebarang ujaran dan hanya menggunakan perlakuan dan bahasa gerak badan yang dilakukan dalam menyampaikan mesej nilai murni.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

b) Kerjasama

Dalam pada itu, TI7 berjaya mengetengahkan nilai kerjasama melalui amalan toleransi. Toleransi ialah kesanggupan bertolak ansur, sabar dan mengawal diri bagi mengelakkan berlakunya pertelingkahan dan perselisihan faham demi kesejahteraan hidup. Berlandaskan kepada Teori Relevans, aspek konteks dirungkaikan apabila penonton mentafsirkan makna nilai toleransi sebagai sikap yang tidak mementingkan diri sendiri dan memikirkan kepentingan orang lain pada masa yang sama.

Manakala dari segi kesan konteks adalah tinggi kerana penonton dapat membuat tafsiran bahawa L1 mempunyai nilai toleransi apabila perlakuannnya mengalihkan kereta di tempat letak kereta dengan betul supaya memudahkan pemandu yang lain meletakkan kereta. Perbuatan L1 dalam TI7, iaitu terus membetulkan memberi makna tanpa melengahkan masa dan berfikir panjang L1 terus memperbetulkan keretanya di ruang yang betul yakni mempertimbangkan hak orang lain tanpa mementingkan diri sendiri. Perincian makna di atas adalah dirasakan wajar dalam mengesan nilai kerjasama melalui sifat toleransi.

Maka, usaha memproses dalam iklan tersebut dalam konteks toleransi adalah rendah dan kesan konteks adalah tinggi, iaitu kerana banyak maklumat lain menyokong untuk memproses makna toleransi dengan mudah dan berkesan. Bagi Teori Relevans, sesuatu ujaran dikatakan relevan adalah bergantung kepada kesan konteks yang tinggi. Hal ini berlaku kerana

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

maklumat-maklumat yang berada di sekeliling amat mempengaruhi menginterpretasian sesuatu makna disampaikan.

Walaubagaimanapun, pengkaji merasakan kepentingan Teori Relevans terhadap ujaran tidak mencukupi bagi menyatakan sama ada relevan atau tidak. Sesuatu penginterpretasian makna bukan sahaja terletak kepada ujaran yang dilontarkan semata-mata tetapi perlu mengambil kira aspek bahasa gerak badan. Ini dapat diakui kerana TI7 tidak mengeluarkan sesuatu ujaran tetapi menggunakan bahasa gerak badan dalam berkomunikasi dan menyampaikan mesej. Sehubungan itu, dapat disimpulkan bahawa makna kerjasama dibincangkan dalam bahagian ini berdasarkan sikap dan perlakuan watak L1.

c) Kejujuran

Nilai kejujuran melalui sifat bertanggungjawab ialah menunaikan sesuatu perkara dengan hati yang rela dan ikhlas tanpa paksaan. Apabila menyentuh dari aspek konteks, penonton pada mulanya akan mengandaikan seorang L1 datang memandu dan meletakkan kenderaannya dengan cara yang salah. Melihat dari aspek kesan konteks pula, penonton membuat andaian bahawa L1 seorang yang bertanggungjawab kerana perbuatannya memperbetulkan keretanya di tempat letak kereta dengan betul selepas ditegur oleh seorang P1.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Perubahan perbuatan itu hadir tanpa ujaran tetapi melalui bahasa gerak badan oleh P1, iaitu dengan perbuatan menggelengkan kepalanya dianggap bahasa isyarat yang membawa maksud perbuatan L1 meletakkan kenderaan di ruang yang tidak betul adalah perbuatanyang salah. Dalam hal ini, teguran yang disampaikan kepada L1 oleh P1 adalah tidak menggunakan ujaran tetapi bahasa isyarat yang mudahdan spontan serta bersahaja mampu membuatkan penonton faham bahawa perbuatan L1 meletakkan keretanya di awal babak TI7 adalah perbuatan yang salah.

Oleh itu, pengkaji dapat membuat kesimpulan terdapat banyak maklumat membantu dalam proses pemahaman makna nilai bertanggungjawab kepada penonton hinggakan usaha memproses adalah rendah. Maka, dengan baik bererti memberi faedah apabila menggunakannnya, elok, memuaskan hati dari segi rupa seperti dalam iklan tersebut, iaitu L1 masuk semula ke dalam keretanya, lalu memandu dan memperbetulkan kenderaannya semula dengan baik di ruang yang betul. Pengkaji yakin apabila melihat makna baik, dapat mentafsir L1 seorang yang bertanggungjawab memperbetulkan kesalahannya.

Jika ujaran yang ingin disampaikan itu kurang jelas, kabur, subjektif, tersirat, abstrak dan mempunyai taksa, maka ujaran itu mestilah mempunyai kesan konteks yang tinggi bagi memudahkan pendengar memproses makna yang ingin disampaikan dengan setimpal. Maka, pengkaji membuat rumusan bahawa makna bertanggungjawab dianalisis melalui sikap dan perbuatan yang digerakkan oleh watak L1 tanpa menggunakan apa-apa ujaran.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

4.3.8 Iklan "Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Tua Melintas Jalan Raya" (TI8)

Pengkaji berupaya mengetengahkan empat nilai murni dalam TI8, iaitu tolong-menolong, hemah tinggi, baik hati dan semangat bermasyarakat.

a) Tolong-menolong

Nilai tolong-menolong dapat membentuk sebuah komuniti yang saling memberikan pertolongan kepada orang lain. Nilai tolong-menolong dalam TI8 adalah jelas memberi pertolongan kepada golongan emas yang kurang berkemampuan dari segi fizikal kerana masalah kesihatan. Sebagai golongan belia yang muda dan sihat adalah amat wajar memberi bantuan kepada golongan ini ketika berada di kawasan awam untuk menjalani kehidupan yang mudah seperti orang lain di luar.

Jika dilihat dari sisi konteks, penonton akan mula mentafsir makna nilai tolong-menolong ialah perlakuan seorang L1 terpandang seorang LT1 yang kurang keupayaan untuk melintas jalan, lantasL1 datang menuju ke arah LT1. Di sini, para penonton sudah dapat mengagak bahawa kedatangan L1 bertujuan dan berniat baik untuk membantu LT1.Perbuatanyang dibuat oleh L1, iaitu datang memberi maksud sampai, tiba, bergerak menghampiri seseorang atau sesuatu.

Sementara kesan konteks adalah tinggi kerana tidak banyak persoalan-persoalan yang dimainkan dalam pemikiran penonton. Hal ini

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

berlaku kerana sudah jelas dan terang sekali nilai tolong-menolong digambarkan melalui watak L1 membantu LT1 yang kurang jelas penglihatanya untuk melintas jalan. Contoh (1) dalam ujaran di bawah ialah:

L1 : Ya pakcik, boleh saya bantu?
LT1 : Pak cik nak melintas jalan nak tapi mata pak cik kurang jelas.
L1 : Takpa, pak cik. Biar saya bantu.
LT1 : Terima kasih nak.

(Teks Iklan 8)

Berdasarkan contoh perbualan antara L1 dan LT1, sudah pastinya menyampaikan unsur eksplikatur secara langsung, iaitu:

Andaian eksplikatur: L1 ingin membantu LT1 melintas jalan.

Kesimpulan eksplikatur: L1 mempunyai nilai tolong-menolong kepada orang yang memerlukan di sekellingnya.

Oleh itu, ujaran bagi menjelaskan kesan konteks ialah "bantu". Bantu ialah memberi pertolongan, menolong, menyokong. Ujaran "bantu" dilontarkan secara jelas dan terang untuk menggambarkan L1 amat murni hatinya untuk membantu LT1. Maka, usaha memproses adalah rendah kerana maklumat yang hadir boleh membantu makna nilai tolong-menolong diproses dengan mudah. Oleh itu, nilai tersebut disampaikan dengan senang dan berkesan kepada penonton. Sehubungan itu, makna tolong-menolong dalam iklan ini dianalisis berdasarkan perbuatan dan ujaran oleh L1.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

b) Hemah Tinggi

Tidak ketinggalan nilai hemah tinggi menerusi budi bahasa turut diselitkan dalam iklan ini. Budi bahasa merupakan gambaran pancaran hati jernih yang diungkapkan secara baik dan mesra serta memberi kesan yang baik pula kepada orang lain. Berbudi pekerti dengan tingkah laku mulia dan lemah lembut yang patut diamalkan oleh seseorang individu dalam hubungannya dengan ahli masyarakat seperti kesopanan, mengakui kesalahan dan ramah mesra.

Kelebihan Teori Relevans dalam kajian ini melihat aspek konteks sebagai penontonmembuat andaian L1 amat bersopan santun dan beradab ketika bercakap dengan orang yang lebih tua daripadanya. Ini digambarkan melalui penggunaan sistem sapaan "pakcik" dalam ujaran L1 sudah pastinya membuatkan penonton merasa teruja dan terpegun dengan kesantunan bahasa yang baik apabila bercakap dengan LT1. Penggunaan "pakcik", menunjukkan L1 menggunakan panggilan kata ganti diri yang merujuk bapak atau orang yang lebih tua darinya.

Dalam hidup bermasyarakat, perasaan hormat kepada golongan yang lebih tua perlu sentiasa ada. Kita perlu mendahulukan dan mengutamakan golongan tua dan golongan muda dikemudiankan. Kita hendaklah menyapa mereka dengan panggilan seperti keluarga, iaitu yang tua boleh dipanggil pakcik atau makcik, abang atau kakak atau adik jika lebih muda. Panggilan kekeluargaan ini membawa pertalian hubungan yang erat dan akrab.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Manakala sisi kesan konteks pula ialah tinggi kerana penggunaan ujaran yang digunakan dalam iklan ini adalah menggunakan kesantunan berbahasa yang baik ketika bercakap dengan LT1. Sememangnya kita dituntut berbual dan berkomunikasi menggunakan bahasa yang indah dan halus dengan sesiapa saja terutama orang yang lebih tua.

Maka, usaha memproses adalah rendah kerana banyak maklumat membantu dalam memproses makna nilai budi bahasa supaya mudah difahami oleh penonton tanpa ada banyak persoalan dan pertanyaan yang dimainkan dalam pemikiran. Mengikut Sperber dan Wilson (1986), sesuatu ujaran yang hendak disampaikan harus mempunyai sifat yang jelas dan nyata yang dianggap ujaran bermanifestasi. Sehubungan itu, dapat disimpulkan bahawa makna hemah tinggi sudah pasti dinilai berdasarkan ujaran dan kesantunan bahasa menerusi penggunaan sistem sapaan.

c) Baik hati

Baik hati ialah terpancar daripada hati yang tulus dan suci. Pada awalnya, penonton akan membuat andaian nilai baik hati ditonjolkan melalui watak L1 yang datang ke arah LT1 untuk membantu. Ini membuatkan penonton sudah dapat meneka dan mengetahui niat di dalam hati LT1 sangat ikhlas. Ini yang dikatakan aspek konteks dalam Teori Relevans, iaitu seberkas andaian tentang dunia yang dibina secara psikologi oleh pendengar.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Seterusnya, dari segi kesan konteks nilai baik hati jelas tergambar melalui perbuatan L1 sudi membantu memimpin LT1 yang hendak melintas jalan raya. "Takpa" adalah ujaran yang berupaya membuatkan penonton tersentuh akan sifat baik hati oleh L1. Ujaran "takpa" memberi makna tidak mengapa atau tidak apa-apa bahawa, iaitu bererti L1 membantu LT1 secara sukarela. Misalnya, dalam contoh (2) di bawah:

> Kelihatan seorang L1 keluar dari keretanya. Tiba-tiba dia terpandang seorang LT1 yang hendak melintas jalan.
> L1 : Ya pakcik, boleh saya bantu?
> LT1 : Pak cik nak melintas jalan nak tapi mata pak cik kurang jelas.
> L1 : Takpa, pak cik. Biar saya bantu.
> LT1 : Terima kasih nak.
>
> (Teks Iklan 8)

Berdasarkan perbualan daripada contoh di atas, pengkaji dapat merungkai unsur implikatur, iaitu:

Andaian implikatur: L1 sedia menghulurkan bantuan dengan ikhlas.

Kesimpulan implikatur: L1 disifatkan mempunyai baik hati yang tulus dan mulia.

Konklusinya, usaha memproses adalah rendah kerana penonton dapat memahami nilai itu disampaikan dengan wajar dan berkesan hanya melalui satu watak sahaja. Ujaran dan perlakuan yang dimainkan oleh watak L1 berjaya dihidupkan dengan mudah. Sudah pastinya ramai penonton sudah mendapat tauladan dan contoh daripada watak L1. Pengkaji dapat membuat kesimpualan, medan makna yang digunakan dalam menggambarkan baik

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

hati adalah mantap kerana Teori Relevans mementingkan hajat penutur. Maka, makna baik hati yang dibincangkan di atas dinilai berdasarkan perbuatan dan ujaran oleh L1.

d) Semangat bermasyarakat

Semangat bermasyarakat dalam iklan ini masih dijelaskan lagi melalui watak seorang L1. Apabila adanya nilai hormat dan tolong-menolong sudah tentunya menerbitkan nilai semangat bermasyarakat secara tidak langsung. Dalam hal ini, watak L1 sangat dipuji kerana sentiasa mengambil berat tentang kebajikan orang lain dengan perasaan ihsan.L1 berhati mulia dalam melaksanakan tugas tanpa mengharapkan balasan dari manusia lain.

Bagi menganalisis dari sisi konteks dan kesan konteks, penonton dapat membuat andaian dan tanggapan bahawa L1 mempunyai semangat bermasyarakat yang tinggi kerana sikapnya yang peka dan prihatin terhadap sekeliling serta sudi membantu orang di sekelilingnya. Ini berdasarkan hujah sebelum ini yang menemui medan makna yang boleh diaplikasi sekaligus dalam menilai makna semangat bermasyarakat. Apabila penonton melihat iklan ini, penonton akan kembali sedar norma dan budaya masyarakat hari ini yang agak sukar untuk melihat orang ramai menghulurkan bantuan kepada golongan orang kurang upaya, orang tua dan sebagainya. Sebaliknya apa yang berlaku, kelihatan ramai yang sibuk dengan urusan sendiri tanpa mempedulikan mereka.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Berdasarkan perbincangan nilai sebelum ini, sudah pastinya usaha memproses adalah rendah. Iklan ini amat relevan dan wajar dalam memperlihatkan nilai semangat bermasyarakat kepada penonton. Berdasarkan hujahan di atas, jelas kepada kita bahawa dalam ujaran, kesan konteks yang banyak beserta usaha memproses maklumat yang rendah akan menjamin kerelevenan sesuatu ujaran. Sehubungan itu, dapat disimpulkan oleh pengkaji bahawa makna semangat bermasyarakat dianalisis melalui sikap, perlakuan dan ujaran oleh watak L1.

4.3.9 Iklan "Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran" (TI9)

Dalam TI9, hanya terdapat dua nilai murni yang terlibat, iaitu rasional dan kerajinan. Teori Relevans dapat membantu membimbing pendengar memproses apa-apa ujaran yang dikomunikasikan dan menghasilkan satu interpretasi makna yang sebenar berdasarkan tiga aspek utama, iaitu konteks, kesan konteks dan usaha memproses.

a) Rasional

Apabila menyentuh makna rasional, pengkaji merasakan sesuatu nilai yang sukar digambarkan melalui ujaran dan berada di luar kotak pemikiran manusia. Makna rasional ialah berfikir sewajarnya sebelum melakukan sesuatu tindakan dan pengalaman masa lalu dapat membantu menjadikan penonton menjadi yang lebih baik daripada sebelum ini.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Malahan, rasional boleh berfikir berdasarkan alasan dan bukti yang nyata, mampu membuat pertimbangan, keputusan dan tindakan dengan cepat dan tepat berlandaskan ilmu naqli dan aqli.

Menurut Teori Relevans, aspek konteks ialah penonton mengandaikan tingkah laku L1 melihat gelagat sekumpulan P yang menyorong semula kerusi sebelum beredar membuatkan L1 seakan teringat semula perlakuannnya sebelum ini yang tidak pernah berbuat demikian. Perbuatan teringat semula adalah proses awal yang terlibat dalam menginterpretasi nilai rasional. Umpamanya, dalam TI9 ialah L1 seakan-akan ingat semula perlakuannnya sebelum ini yang membiarkan sahaja kerusi dan terus berlalu pergi.

Manakala dari sudut kesan konteks pula, penonton sudah membuat andaian bahawaproses "teringat semula" di dalam kotak pemikiran L1 membuatnya kembali sedar akan perbuatannya sebelum ini dan seterusnya mendorong untuk L1 menyorong semula kerusinya apabila hendak pulang. Teringat ialah masih dalam fikiran, tidak lupa, terkenang dengan tiba-tiba. Oleh itu, dapat dirumuskan L1 dapat berpikir secara rasional setelah berfikir dan mengenangkan pengalaman lalu. Rentetan daripada itu, proses yang terlibat seterusnya ialah perbuatan tersedar dan menyorong semula kerusi sebelum berlalu pergi. Tersedar ialah perihal kembali sedar akan sesuatu, keinsafan dan kesedaran.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Pengkaji dapat membuat kesimpulan, kos memproses adalah rendah kerana maklumat-maklumat yang diberikan di atas sehingga berjaya menyampaikan mesej positif kepada penonton. Medan makna yang terlibat "teringat semula" dan "tersedar" amat membantu dalam menginterpretasi makna rasional. Dengan ini, apabila hajat dan hasrat penutur dapat diterima oleh pendengar, ujaran itu dianggap sebagai relevan. Maka, pengkaji merasakan makna rasional dinilai berdasarkan perlakuan L1 kerana iklan ini tidak menggunakan sebarang ujaran atau wacana yang lontarkan.

b) Kerajinan

Dalam pada masa sama pengkaji dapat merungkai nilai kerajinan. Kerajinan ialah satu usaha dalam mencapai kesempurnaan dan memperbaiki taraf hidup yang lebih baik. Usaha berterusan dengan penuh semangat ketekunan, kecekalan, kegigihan, dedikasi dan daya usaha dalam melakukan sesuatu perkara untuk mencapai kecemerlangan berdasarkan kefahaman Islam.

Dalam melihat sisi konteks, pengkaji merasakan penonton akan mengandaikan perubahan sikap oleh L1 yang menyorong semula kerusi sebelum beredar dapat menggambar nilai kerajinan. Melalui TI9, iaitu L1 seakan teringat semula perlakuannya sebelum ini yang membiarkan sahaja kerusi dan terus berlalu pergi. Lalu, menyarong semula kerusinya sebelum meninggalkan restoran. Maka, pengkaji meletakkan perbuatan menyorongoleh L1 ialah menolak atau mendorong ke hadapan. Ini dapat

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

diterjemahkan melalui perubahan sikap dari tidak baik kepada yang lebih baik sangat dipuji.

Walau bagaimanapun, kesan konteks yang banyak dan kos memproses adalah rendah. Hal ini berlaku kerana perbuatan L1 menyorong semula kerusinya belum tentu dapat mempastikan nilai kerajinan adalah benar-benar relevan dan berkesan. Menurut Teori Relevans, kesukaran memahami sesuatu ujaran itu dapat dikaitkan dengan kos yang tinggi. Jika ujaran yang ingin disampaikan itu kurang jelas, kabur, subjektif, tersirat dan mempunyai taksa maka ujaran itu mestilah mempunyai kesan konteks yang tinggi bagimemudahkan pendengar memproses makna yang ingin disampaikan. Seandainya kos memproses juga tinggi, maka ujaran itu perlu setimpal dengan perhatian pendengar (Sperber & Wilson, 1988).

Oleh yang demikian, pengkaji dapat merumuskan bahawa perlakuan yang dilakukan oleh L1 dapat menganalisis makna kerajinan walaupun hanya mengaplikasikan bahasa gerak badan sahaja.

4.3.10 Iklan Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih-Sama-sama (TI10)

TI10 memperlihatkan kepada penonton tiga nilai murni, iaitu kesyukuran, hemah tinggi dan semangat bermasyarakat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

a) Kesyukuran

Kesyukuran ialah nilai murni yang pertama dapat dikenal pasti dalam iklan di atas. Kesyukuran ialah perasaan dan perlakuan yang dilahirkan secara ikhlas di atas nikmat dan kesenangan yang diperolehi seperti berterima kasih, mengenang budi dan penghargaan. Kesyukuran juga adalah perasaan, ucapan dan perlakuan yang dilahirkan dengan ikhlas terhadap segala nikmat kurniaan Allah S.W.T, sabar dan redha menerima ketentuan dan dugaan-Nya serta berterima kasih terhadap sumbangan dan khidmat bakti yang diperolehi.

Dalam pengaplikasian Teori Relevans dalam kajian ini, tiga aspek utama yang diberi perhatian ialah konteks, kesan konteks dan usaha memproses. Apabila ketiga-tiga aspek ini diteliti, pengkaji merasakan TI10 menyampaikan makna kesyukuran dengan jelas kerana usaha memproses adalah rendah berdasarkan hujahan daripada konteks dan kesan konteks.

Berdasarkan pemerhatian dari segi konteks, penonton mula mengandaikan penggunaan pelbagai watak dalam iklan tersebut memberikan ucapan "terima kasih;sama-sama" setiap kali sesuatu perlakuan dilakukan. Dalam hal ini, ungkapan "terima kasih;sama-sama" merupakan ujaran yang membayangkan rasa syukur dilahirkan secara ikhlas kerana dapat melakukan sesuatu perkara atau tugasan demi menjamin kesejahteraan sebagai seorang anggota masyarakat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Manakala dari segi kesan konteks, penonton dapat memahami ungkapan "terima kasih;sama-sama" adalah ungkapan yang mudah dalam menggambarkan perasaan kesyukuran sebagai tanda penghargaan dan rasa penghormatan yang dimanisfestasikan kepada semua anggota masyarakat tidak kira orang tua atau muda. Maka, ujaran "terima kasih:sama-sama" bermaksud mendapat, memperoleh, menyambut sesuatu. Manakala, "kasih" ialah mengucap syukur. Sementara "sama-sama" ialah turut serta atau serentak.

Sementara itu, ujaran di atas berjaya membawa unsur eksplikatur kepada penonton, iaitu:

Andaian eksplikatur: berterima kasih atas memperoleh atau mendapat sesuatu.

Kesimpulan eksplikatur: tanda syukur sebagai penghargaan dan balasan.

Maka, ungkapan "terima kasih; sama-sama" merupakan eksplikatur di sebalik ujaran tersebut yang berupa tanda syukur di atas anugerah dan rezeki yang terima. Seterusnya, tanda penghargaan ini akan melahirkan perasaan yang senang dan mesra dalam sesebuah perhubungan. Tambahan lagi, sesuatu perkara yang dilakukan bukan diminta balasan. Perlu diingatkan bahawa, dalam Teori Relevans adalah bersandarkan kepada apa-apa yang dipentingkan dalam ujaran ialah terletak kepada kerelevannya dan bukan kebenaran mutlak (Zaitul Azma Zainon Hamzah, 2006). Sehubungan itu, ujaran terima kasih;sama-sama yang dilontarkan dapat menganalisis makna kesyukuran.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

b) Hemah Tinggi

Nilai murni seterusnya ialah hemah tinggi. Hemah tinggi dapat didefinasikan sebagai kesopanan iaitu berbudi bahasa dan beradab dalam pergaulan, mengakui kesalahan sendiri, iaitu bersedia mengaku kesilapan diri sendiri serta sanggup menerima nasihat dan ramah mesra, iaitu sedia bergaul mesra dengan semua orang.

Melihat dari sisi pertama, iaitu konteks, penonton akan mula mentafsir makna hemah tinggi dipamerkan melalui ungkapan "terima kasih sama-sama" sebagai adab kesopanan dan santun yang tinggi dalam sesuatu interaksi dan komunikasi. Ungkapan ini adalah amat mudah dan ringkas tetapi impaknya amat menakjubkan kepada sesiapa yang mendengarnya.

Manakala dari sisi kesan konteks pula, penonton dapat memahami makna hemah tinggi melalui ungkapan "terima kasih" diucapkan bagi menandakan sesuatu pihak amat disenangi setelah melakukan sesuatu urusan dan dibalas pula ungkapan "sama-sama" sebagai tanda penerimaan atau persetujuan bersama tanpa mengharapkan balasan setelah sesuatu urusan dilakukan. Ini seterusanya dapat membina satu perhubungan dan suasana yang erat dalam kehidupan bermasyarakat yang harmoni. Iklan ini juga menggunakan ujaran yang bermakna seperti "hai, apa khabar, terima kasih, assalamualaikum, sama-sama". Misalnya, dalam contoh (1) di bawah:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Situasi 1:
Di pagi yang hening berlatar belakangkan suasana kampung dan suasana bandar. Seorang L1 bangun pagi dan menyiapkan diri untuk pulang ke kampung halaman. Manakala, pada waktu yang sama B1 kepada L1 tersebut bangun pagi dan keluar dengan membawa becanya untuk menjemput L1 pulang.
L2: Hai apa khabar, pakcik?
B1: Ya khabar baik.
L2: Di sini saya bawa buah-buahan. Ambillah pakcik.
B1: Terima kasih.

Situasi 2:
Dalam perjalanan untuk menjemput anaknya L1 pulang, B1 membawa pokok cili yang diletakkan dalam pasu. Pokok cili tersebut dibawa untuk diberikan kepada sepasang SI1 di kampung itu.
B1: Assalamualaikum, nah ambillah pokok cili ini.
SI1 : Terima kasih (menerima pokok itu sambil tersenyum)
B1 : Sama-sama.

Situasi 3:
B1 tadi telah membawa basikal bersama buah-buahan yang diberi oleh L2 lalu ternampak seekor kucing yang sesat.
B1: Hai, ini kucing awak ke? Saya jumpanya disini.
GP1: Ya. Ini kucing saya. Terima kasih.

(Teks Iklan 10)

Dengan ini, pengkaji merasakan usaha memproses bagi makna hemah tinggi adalah rendah manakala kesan konteks ada tinggi. Iklan tersebut mampu memperlihatkan makna hemah tinggi yang mudah dan relevan kepada penonton. Ujaran yang digunakan dalam semua watak dalam iklan ini ialah "terima kasih; sama-sama" dapat menggambarkan kesantunan budi bahasa yang baik. Maka, ungkapan "terima kasih;sama-sama" menerusi babak di bawah mampu membawa nilai hemah tinggi dalam contoh (2) berikut:

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Situasi 9:
PT1 itu pulang dari asrama AY1 dengan menaiki bas. Di dalam bas, PT1 terpaksa berdiri kerana tempat duduk sudah dipenuhi oleh penumpang. Kebetulan, seorang L4 telah menawarkan tempat duduknya kepada PT1 itu.
L4: Makcik, jemputlah duduk di tempat saya.
(lantas berdiri).
PT1: Terima kasih.

(Teks Iklan 10)

Melalui dialog dalam contoh di atas, terdapat ujaran implikatur dikesan, iaitu:

Andaian implikatur: wajar bercakap sopan sebagai balasan atau penghargaan

Kesimpulan implikatur: mempunyai nilai hemah tinggi dalam perbualan atau berkomunikasi dalam masyarakat.

Pengkaji merasakan implikatur di sebalik ujaran "terima kasih: sama-sama" dalam memahami makna nilai hemah tinggi ialah tanda penghargaan ini akan melahirkan perasaan yang senang dan mesra dalam sesebuah perhubungan. Oleh yang demikian, dapat pengkaji menyimpulkan bahawa makna hemah tinggi dinilai berdasarkan ujaran dan bahasa gerak badan.

c) Semangat bermasyarakat

Semangat bermasyarakat tidak dinafikan lagi sudah jelas dipersembahkan dalam iklan ini. Apabila berbicara mengenai Teori Relevans yang dipersembah oleh Sperber dan Wilson, pengamatan dari

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

aspek konteks dan kesan konteks, penonton sudah dapat memahami kesemua watak yang ditonjolkan dalam iklan tersebut mempamerkan nilai semangat bermasyarakat yang tinggi melalui ungkapan "terima kasih:sama-sama".

Kehadiran pelbagai watak tanpa mengenal latar belakang kehidupan saling berinteraksi bersama-sama seperti L2, L3, P1, PL1, PL2, PL3, PP1, LT1, PT1, BL1, IL1, W1, B1, GP1, PP1, PA1, dan AY1 saling berinteraksi sesama mereka. Mereka mempunyai semangat kekitaan, iaitu semangat bekerjasama, bantu-membantu dalam sesuatu kumpulan dan semangat persaudaraan dalam masyarakat majmuk pelbagai adat resam, budaya dan agama.

Oleh itu, dapat disimpulkan bahawa kos memproses adalah rendah kerana banyak maklumat dapat disokong di samping penggunaan watak yang berjaya menyampaikan makna dengan wajar dan berkesan. Sesuatu maklumat dianggap relevan jika maklumat yang diberikan itu mempunyai kesan konteks yang banyak dan usaha memproses yang rendah (Nor Hashimah Hashim, 2007). Maka dengan ini, pengkaji dapat menyimpulkan bahawa makna semangat bermasyarakat dianalisis menerusi ujaran, perlakuan dan penggunaan simbolik masyarakat yang berbilang kaum dan majmuk.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

4.4 Perbincangan Dapatan Kajian

Perbincangan dapatan kajian adalah berteraskan kepada soalan kajian bagi menjawab objektif kajian yang dikemukakan, iaitu:

(a) Apakah terdapat iklan televisyen yang diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM)?

(b) Adakah iklan-iklan televisyen terbitan KKMM mengandungi nilai murni

berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994)?

(c) Bagaimanakah makna nilai murni dapat dihuraikan berdasarkan Teori Relevans.

4.4.1 Iklan-Iklan Televisyen Terbitan KKMM yang Mengandungi Nilai Murni

KKMM telah banyak menerbitkan pelbagai jenis iklan televisyen dalam usaha menyebarkan hasrat semasa kerajaan kepada masyarakat Malaysia. Berdasarkan penelitian pengkaji terhadap penerbitan iklan televisyen di bawah KKMM, terdapat hampir 45 iklan televisyen telah diterbitkan dari tahun 2009 hingga 2012. 45 iklan televisyen tersebut merupakan iklan yang bertemakan kesihatan, nilai, keselamatan, gaya hidup masyarakat Malaysia dan nilai murni dengan menggunakan watak realiti manusia dan animasi kartun. Penerbitan iklan televisyen tersebut adalah salah satu usaha kerajaan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

dalam menyampaikan mesej yang positif bagi menjalankan kempen dan menjayakan hasrat semasa kerajaan kepada masyarakat.

Daripada 45 iklan televisyen di atas, pengkaji mendapati sebanyak 10 iklan televisyen yang mengandungi pelbagai nilai murni dalam memperlihatkan hasrat kerajaan dalam menjayakan dan merealisasikan Kempen Budi Bahasa dan Nilai-Nilai Murni kepada masyarakat Malaysia. Pemilihan 10 iklan televisyen terbitan KKMM dalam kajian ini adalah kerana 10 iklan televisyen tersebut adalah menepati 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994). Senarai iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang menjadi bahan utama dalam kajian ini adalah seperti berikut:

1. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon (TI1)
2. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Dalam LRT (TI2)
3. Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita (TI3)
4. Budi Bahasa Budaya Kita (TI4)
5. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua (TI5)
6. Kurangkan Manis Dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman (TI6)
7. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Meletak Kenderaan (TI7)
8. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Tua Melintas Jalan Raya (TI8)
9. Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran (TI9)
10. Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih-Sama-sama (TI10)

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Pemilihan 10 iklan televisyen tersebut dalam kajian ini adalah selaras dengan misi KKMM dalam "melahirkan masyarakat Malaysia yang berbudi bahasa" bagi membudayakan budi bahasa dan amalan nilai-nilai murni dalam kehidupan harian masyarakat sehingga menjadi satu warisan bangsa Malaysia yang amat berharga (www.kpkk.gov.my). Maka, dapat dikatakan permilihan 10 iklan televisyen adalah bersesuaian kerana sudah pasti tumpuan dan fokus pengkaji dalam kajian ini adalah nilai murni dalam iklan televisyen terbitan KKMM. 10 iklan televisyen tersebut adalah disiarkan oleh semua saluran televisyen seperti RTM, Media Prima dan Astro. Maka, semua masyarakat sebagai penonton tidak kira peringkat umur dapat menonton iklan televisyen tersebut dengan mudah. Selain itu, 10 iklan televisyen tersebut menggunakan watak manusia yang menggambarkan realiti kehidupan dan budaya masyarakat kini.

4.4.2 Nilai Murni Dalam 10 Iklan Terbitan KKMM

Melalui perbincangan dalam analisis Bab 4, daripada 45 iklan tersebut, terdapat 10 iklan yang menerapkan 10 nilai murni daripada 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) sebagai panduan kepada guru dalam pengajaran dan pembelajaran (P&P) bahasa Melayu.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Jadual 4.2

Nilai murni dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM

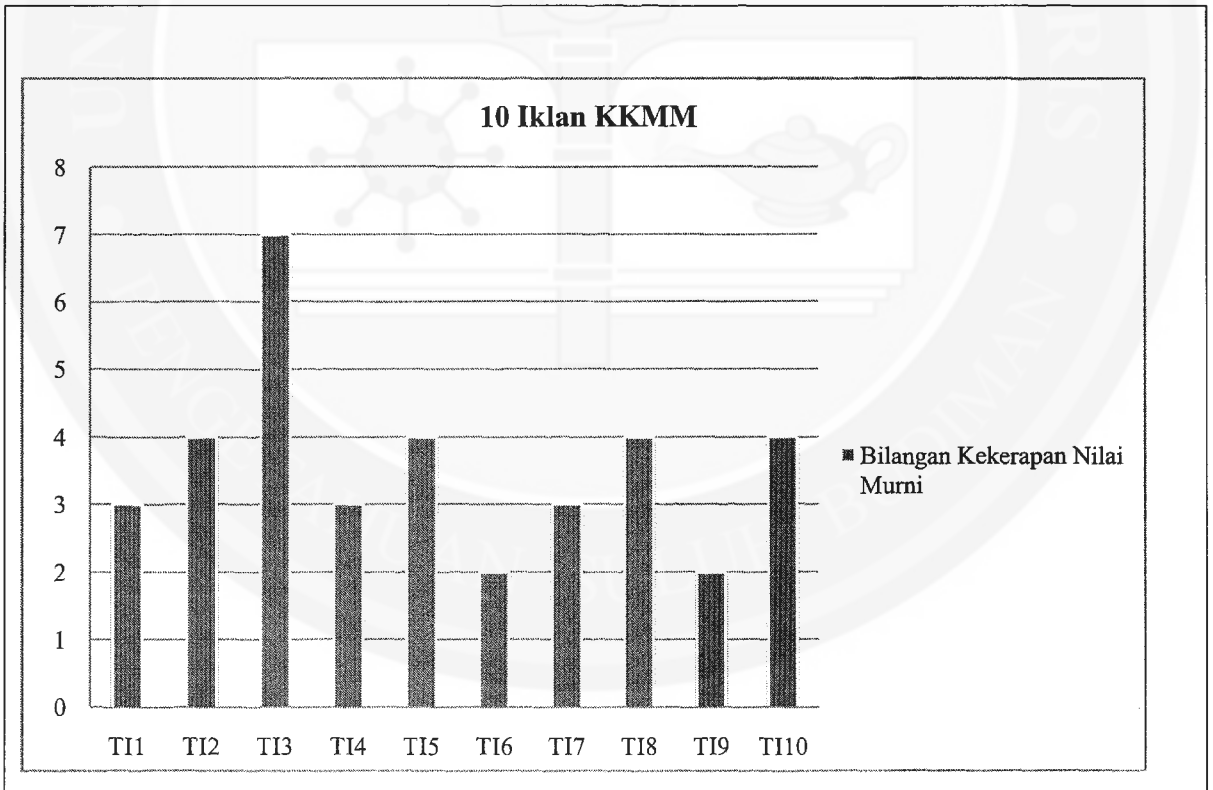
Jenis Iklan	**Jenis Nilai Murni**	**Bilangan Kekerapan Nilai Murni**
1. TI1	Kejujuran Kerjasama Hemah Tinggi	3
2. TI2	Hormat-Menghormati Tolong-menolong Rasional Semangat Bermasyarakat	4
3. TI3	Baik Hati Hemah Tinggi Semangat Bermasyarakat Tolong-menolong Kerjasama Kasih sayang Hormat-menghormati	7
4. TI4	Hemah Tinggi Tolong-menolong Semangat Bermasyarakat	3
5. TI5	Hormat-Menghormati Tolong-menolong Hemah Tinggi Semangat Bermasyarakat	4
6. TI6	Hemah Tinggi Hormat-menghormati	2
7. TI7	Kerjasama Kejujuran Hemah Tinggi	3
8. TI8	Semangat bermasyarakat Hemah Tinggi Baik Hati Tolong-menolong	4

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

9. TI9	Rasional Kerajinan	2
10. TI10	Hemah Tinggi Kesyukuran Semangat Bermasyarakat Tolong-menolong	4

Jadual 4.2 di atas menunjukkan 10 iklan televisyen terbitan KKMM yang setiap satunya mengandungi pelbagai nilai murni. Secara keseluruhannya, setiap iklan memaparkan lebih daripada satu nilai murni. Seterusnya, jadual tersebut diterjemahkan dalam bentuk graf palang supaya perbincangan dapatan kajian dapat dilakukan.



Rajah 4.1 Graf palang 10 iklan terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Rajah 4.1 di atas menunjukkan bilangan kekerapan nilai murni dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM. Berdasarkan rajah di atas, setiap iklan televisyen terbitan KKMM memperlihatkan nilai murni masing-masing. Melalui perbincangan dalam analisis kajian sebelum ini, pengkaji mendapati TI3 menonjolkan bilangan kekerapan nilai murni paling tinggi berbanding iklan lain, iaitu sebanyak tujuh nilai seperti kerjasama, baik hati, semangat bermasyarakat, hemah tinggi, tolong-menolong dan hormat-menghormati serta kasih sayang.

Sementara TI6 dan TI9 menunjukkan bilangan kekerapan paling rendah yang mengandungi nilai murni, iaitu sebanyak dua nilai murni sahaja. Manakala TI2 dan TI5 dan TI8 menunjukan bilangan kekerapan nilai murni yang sama, iaitu empat nilai murni. Seterusnya, TI1, TI4 dan TI7 serta TI10 masing-masing memperlihatkan tiga bilangan kekerapan nilai murni.

Pengkaji dapat membuat konklusi bahawa setiap iklan yang dikaji dalam kajian ini mempamerkan lebih daripada 1 nilai murni yang telah digariskan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994) sebagai panduan kepada guru untuk diselitkan dalam P&P bahasa Melayu. Selain itu, justifikasi yang menunjukkan TI3 menonjolkan bilangan kekerapan nilai murni paling tinggi berbanding iklan televisyen yang lain adalah kerana pihak KKMM ingin mendedahkan dan menerapkan semangat kejiranan yang semakin pupus pada hari ini dalam kalangan masyarakat kini.

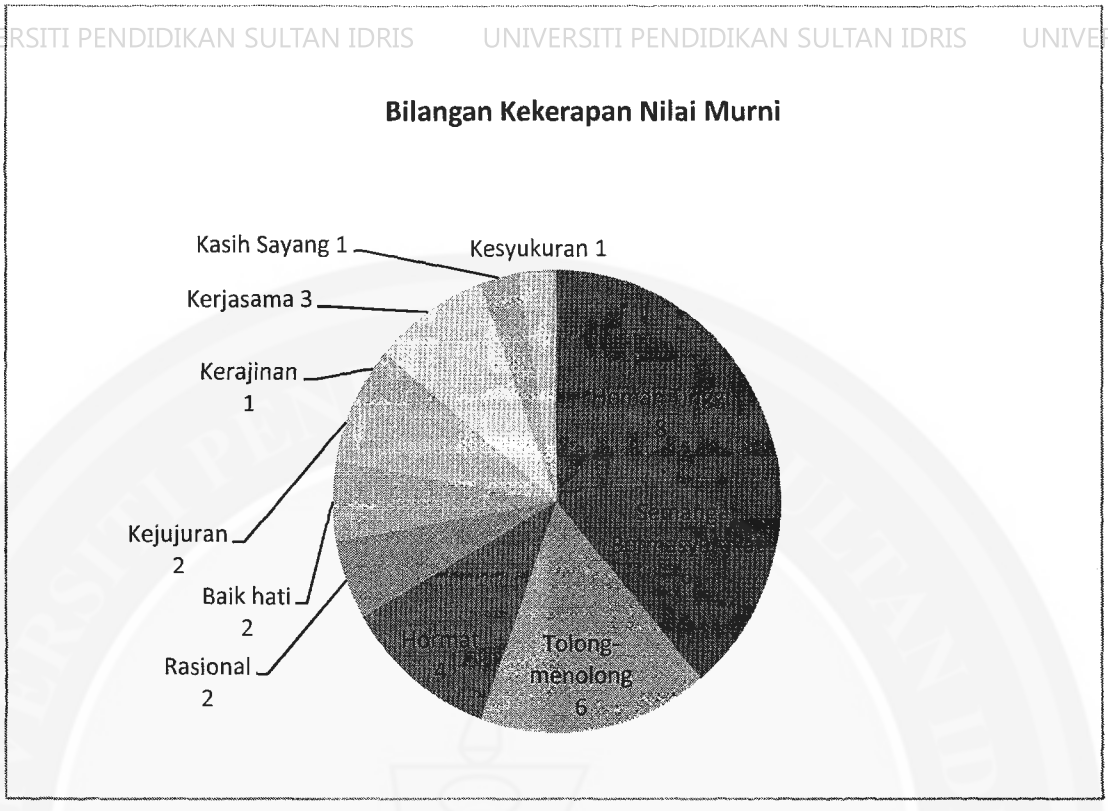
UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Hal ini kerana, semangat kejiranan adalah amalan nilai murni yang amat penting dalam kehidupan masyarakat majmuk yang aman dan harmoni. Nilai-nilai kemasyarakatan yang diamalkan oleh masyarakat dahulu seperti bekerjasama, saling mengambil berat dan sebagainya telah dilupakan oleh generasi kini. Ramai jiran yang tidak mengenali sesama mereka jauh sekali untuk mengambil berat. Masyarakat kini mengamalkan sifat individualistik, iaitu mementingkan diri sendiri tanpa mempedulikan hal orang lain. Mereka juga sibuk mengejar kekayaan, iaitu materialistik. Maka, semangat kejiranan pada hari semakin pudar. Hubungan kemasyarakatan yang renggang ini ada kaitannya dengan sikap masyarakat hari ini yang lebih cenderung untuk hidup bersendirian tanpa gangguan orang lain. Di samping itu, aktiviti kemasyarakatan seperti menjayakan majlis kenduri-kendara dan gotong-royong semakin dilupakan.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F



Rajah 4.2 Carta pai nilai murni dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM

Rajah 4.2 di atas menunjukkan 10 nilai murni yang dianalisis dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM. 10 nilai murni tersebut adalah berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994) sebagai panduan kepada guru untuk diterapkan dalam pengajaran dan pembelajaran (P&P) bahasa Melayu. Berdasarkan rajah di atas, pengkaji mendapati nilai hemah tinggi menonjolkan bilangan kekerapan yang paling tinggi ditonjolkan dalam lapan iklan televisyen yang dikaji. Manakala nilai semangat bermasyarakat menunjukkan bilangan kekerapan kedua tinggi, iaitu dalam enam iklan yang dikaji.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Ini diikuti nilai hormat-menghormati menunjukkan empat bilangan kekerapan dan nilai kerjasama pula menunjukkan tiga bilangan kekerapan iklan. Sementara nilai rasional, kejujuran dan baik hati memperlihatkan dua bilangan kekerapan iklan. Manakala nilai murni yang paling rendah kekerapan dicatatkan dalam jadual tersebut ialah kesyukuran, kasih sayang dan kerajinan masing-masing mencatatkan 1 bilangan kekerapan sahaja. Dalam pada itu, pengkaji mendapati nilai kesederhanaan, keberanian, keadilan, berdikari dan kebebasan serta kebersihan fizikal dan mental tidak menunjukkan bilangan kekerapan nilai murni dalam 10 iklan televisyen, iaitu 0 bilangan.

Pengkaji turut Berjaya menemui nilai murni lain yang tidak dikemukakan dalam 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994), iaitu nilai tolong-menolong yang menunjukkan enam bilangan kekerapan dalam 10 iklan televisyen. Tuntasnya, nilai hemah tinggi adalah kekerapan nilai murni yang paling tinggi ditonjolkan dalam 10 iklan televisyen menunjukkan justifikasinya bahawa dasar dan matlamat utama KKMM adalah bagi meningkatkan amalan budi bahasa dalam kalangan masyarakat Malaysia melalui pendekatan iklan televisyen selain daripada Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni yang dijalankan sebelum ini.

Pihak kerajaan amat menekankan nilai hemah tinggi, iaitu sifat budi bahasa dalam berkomunikasi. Hal ini berlaku ekoran sejak kebelakangan ini amalan berbudi bahasa semakin kurang diamalkan oleh rakyat Malaysia. Budi bahasa sangat penting dalam kehidupan seharian. Budi dan bahasa

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

adalah dua elemen yang berkait rapat dalam pembinaan jati diri sesebuah masyarakat. Budi bahasa yang baik dapat mengeratkan hubungan sesama masyarakat. Jika amalan ini tidak dididik sejak kecil, rakyat Malaysia akan hilang budi bahasanya.

Contohnya, remaja hari ini kurang mengamalkan pemberian salam kepada orang tua. Sebaliknya, jiwa mereka dipenuhi sifat sombong, angkuh, meninggi diri dan angkuh. Sikap masyarakat Malaysia yang semakin kurang menitikberatkan amalan berbudi bahasa boleh dibantu oleh peranan media massa melalui kempen kesedaran akan perlunya budi bahasa dalam masyarakat. Melalui kerjasama semua pihak, amalan budi bahasa yang semakin terhakis dapat disuburkan kembali dalam kalangan masyarakat di negara ini.

Selain itu, pengkaji mendapati bukan semua nilai murni yang ditonjolkan dalam 10 iklan televisyen adalah benar-benar menepati 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994). Sebaliknya, terdapat tiga nilai murni yang hampir-hampir menepati, iaitu nilai hemah tingi melalui amalan budi bahasa, kerjasama melalui sifat toleransi dan kejujuran melalui sifat bertanggungjawab.

Oleh yang demikian pengkaji merasakan 10 iklan televisyen terbitan KKMM adalah berjaya dalam menyampaikan mesej nilai murni kepada penonton. Hal ini kerana, setiap iklan memaparkan lebih daripada satu nilai. Di samping itu, penggunaan watak yang digunakan sangat dekat dengan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

penonton dan ujaran dialog yang dilontarkan serta perbuatan watak yang dilukiskan mudah difahami oleh semua lapisan masyarakat daripada golongan kanak-kanak sehingga kepada orang dewasa. Penggunaan latar tempat dan suasana iklan televisyen tersebut juga sebenarnya menunjukkan perkara sebenar, iaitu budaya dan fenomena yang realiti berlaku pada masa kini dalam kalangan masyarakat Malaysia.

4.4.3 Makna Nilai Murni Berdasarkan Teori Relevans

Berdasarkan perbincangan analisis kajian sebelum ini, pengkaji dapat menghuraikan makna dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM. Secara keseluruhannya, dapatan kajian ditemui berdasarkan jadual di bawah.

Jadual 4.3

Makna nilai murni berdasarkan Teori Relevans

Iklan Televisyen terbitan KKMM	**Nilai Murni**	**Makna**	**Unsur Eksplikatur dan Implikatur**
1. TI1	• Kerjasama • Kejujuran • Hemah Tinggi	Relevan Relevan Relevan	Implikatur - Eksplikatur
2. TI2	• Hormat-Menghormati • Tolong-Menolong • Rasional	Relevan Relevan Relevan	- - -

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

3. TI3	• Tolong-Menolong	Relevan	Implikatur
	• Semangat Bermasyarakat	Relevan	Implikatur
	• Baik Hati	Relevan	Implikatur
	• Kerjasama	Relevan	Implikatur
	• Hemah Tinggi	Relevan	Implikatur
4. TI4	• Hemah Tinggi	Relevan	Eksplikatur
	• Tolong-Menolong	Relevan	-
	• Semangat Bermasyarakat	Relevan	-
5. TI5	• Semangat Bermasyarakat	Relevan	Implikatur
	• Hormat-Menghormati	Relevan	Implikatur
	• Hemah Tinggi	Relevan	-
6. TI6	• Hemah Tinggi	Relevan	-
	• Hormat-Menghormati	Relevan	-
7. TI7	• Hemah Tinggi	Relevan	-
	• Kerjasama	Relevan	-
	• Kejujuran	Relevan	-
8. TI8	• Tolong-Menolong	Relevan	Eksplikatur
	• Hemah Tinggi	Relevan	-
	• Baik Hati	Relevan	Implikatur
	• Semangat Bermasyarakat	Relevan	-
9. TI9	• Rasional	Relevan	-
	• Kerajinan	Tidak Relevan	-
10. TI10	• Kesyukuran	Relevan	Eksplikatur
	• Hemah Tinggi	Relevan	Implikatur
	• Semangat Bermasyarakat	Relevan	-

Berdasarkan Jadual 4.3 di atas, kebanyakan daripada 10 iklan televisyen terbitan KKMM adalah relevan dan berkesan dalam menyampaikan makna nilai murni kepada penonton. Iklan tersebut ialah TI1, TI2, TI3, TI4, TI5, TI6, TI7, TI8 dan TI10.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Namun, terdapat juga iklan televisyen yang kurang relevan, iaitu TI9 dalam menyampaikan makna nilai murni. Hal ini dikatakan kurang relevan adalah kerana iklan televisyen tersebut kekurangan maklumat yang boleh membantu proses pemahaman makna nilai murni tersebut. Di samping itu, penyampaian mesej yang bersifat kabur, taksa dan imbiguiti turut membuatkan iklan televisyen tersebut tidak dapat disampaikan mesej dengan baik dan berkesan.

Dalam membincangkan mengenai aspek makna, pengkaji percaya terdapat unsur eksplikatur dan implikatur di sebalik ujaran yang disampaikan dalam setiap iklan televisyen terbitan KKMM yang dikaji. Eksplikatur ialah ujaran yang sangat mudah dikesan, bersifat harfiah dan tidak mengandungi maksud tersirat. Ujaran eksplikatur mudah difahami, iaitu makna yang disampaikan terus dan tersurat. Sementara implikatur pula ialah aspek ketersiratan makna sesuatu ujaran selain melihat hajat sebenar si penutur terhadap ujaran yang disampaikan. Menurut Nor Hashimah (1992:677), implikatur dalam erti kata yang mudah ialah mesej yang tersirat yang disampaikan oleh penutur dalam perbualan.

Tuntasnya, pengkaji dapat mengesan unsur eksplikatur dan implikatur dalam ujaran yang dilontarkan dalam beberapa iklan televisyen terbitan KKMM yang dikaji dalam kajian ini. Berdasarkan dapatan kajian menunjukkan terdapat empat (4) iklan televisyen terbitan KKMM membawa unsur eksplikatur dalam ujaran, iaitu TI1, TI4, TI8 dan TI10. Manakala lima (5) iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi implikatur pula

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

ialah TI1, TI3, TI5, TI8 dan TI10. Walau bagaimanapun, bukan semua iklan televisyen yang dikaji dalam kajian ini mengandungi unsur eksplikatur dan implikatur kerana terdapat empat (4) iklan televisyen terbitan KKMM yang hanya menggunakan bahasa gerak badan dan eksperiasi muka dalam menyampaikan makna nilai murni. Iklan televisyen yang dimaksudkan ialah TI2, TI6, TI7 dan TI9.

Mengikut Teori Relevans diperkenalkan oleh Sperber dan Wilson pada tahun 1986 mementingkan tiga aspek utama, iaitu konteks, kesan konteks dan usaha memproses. Ketiga-tiga aspek tersebut amat penting dalam mentakrifkan ujaran yang bermakna. Ini adalah penting bagi memahami sesuatu ujaran dalam sebuah komunikasi dengan mudah dan tepat.

Pengkaji meletakkan kayu ukur sebagai "relevan" dalam menginterpretasi makna nilai murni dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM berdasarkan tiga aspek yang dipentingkan dalam Teori Relevans, iaitu sesuatu maklumat dianggap relevan jika maklumat yang diberikan itu mempunyai kesan konteks yang banyak atau tinggi dan usaha memproses yang rendah. Dalam pada itu, sesuatu andaian daripada ujaran yang dihasilkan mudah dikesan maksudnya oleh pendengar dan banyak bukti yang melatarinya, maka ujaran itu dapat dianggap ujaran yang relevan. Dengan ini, apabila hajat dan hasrat penutur dapat diterima oleh pendengar, ujaran itu dianggap sebagai relevan (Nor Hashimah Hashim, 2007).

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Selain itu, hujahan dan perbincangan terhadap aspek makna nilai murni dalam 10 iklan televisyen tersebut adalah bersandarkan kepada maklumat tambahan. Pengkaji dapat mengesan tujuh aspek penting dalam menilai dan menginterpretasi makna nilai murni dalam 10 iklan televisyen selain ujaran yang dilontarkan antara penutur dan pendengar sebagai aspek utama. Tujuh (7) aspek tersebut ialah:

a) Kesantunan bahasa-perlambangan bahasa

b) Ketrampilan berbahasa-nada dan intonasi

c) Perbuatan/ tingkah laku

d) Personaliti/ sikap

e) Bahasa gerak badan/ ekspresi muka

f) Penggunaan kata ganti nama

g) Sistem sapaan/ panggilan

Pengkaji mendapati tujuh aspek ini amat membantu dalam menilai makna nilai murni dalam 10 iklan televisyen tersebut sama ada jelas dan mudah atau sebaliknya. Pengkaji meletakkan tujuh aspek di atas dalam kajian ini kerana iklan televisyen bukan sahaja memperlihatkan ujaran yang dapat didengar oleh penonton tetapi penonton dapat melihat sendiri secara realiti mesej nilai murni itu disampaikan melalui pancaindera. Ini merupakan salah satu kelebihan iklan televisyen terbitan KKMM dalam membantu penonton menilai makna atau mesej yang disampaikan di samping kematangan intelektual penonton.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Dalam hal ini kerana, pengkaji menegaskan bahawa 10 iklan televisyen terbitan KKMM yang dikaji dalam kajian ini bukan kesemuanya mengeluarkan ujaran dalam bentuk komunikasi yang dapat didengar oleh penonton. Namun, terdapat juga beberapa iklan televisyen tidak mengeluarkan sebarang ujaran tetapi menggunakan gambaran atau perlambangan perbuatan dan bahasa gerak badan dalam menyampaikan mesej. Penggunan Teori Relevans dalam kajian ini hanya dapat membantu membimbing pendengar memproses apa-apa ujaran yang dikomunikasikan dan menghasilkan satu interpretasi makna yang sebenar berdasarkan tiga aspek utama yang telah dinyatakan sebelum ini. Maka, tujuh aspek itu dapat dikatakan penting membantu penonton dalam menilai makna nilai murni.

4.5 Kesimpulan

Berdasarkan perbincangan dan kupasan di atas, terdapat iklan televisyen terbitan KKMM yang menyampaikan makna nilai murni yang jelas dan relevan. Namun begitu, masih terdapat juga iklan televisyen terbitan KKMM yang menonjolkan makna nilai murni yang kabur dan kurang jelas kepada penonton. Hal ini disebabkan kurangnya maklumat-maklumat lain yang dikenali sebagai gangguan-gangguan yang membantutkan proses penginterpretasian dan pemahaman makna nilai murni dengan mudah. Malahan, terdapat juga beberapa iklan televisyen terbitan KKMM yang menyingkap nilai murni secara tersirat, kabur, dan taksa secara tidak langsung kepada penonton. Maka, pengkaji mendapati terdapat iklan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

televisyen yang dikaji dalam kajian ini mengandungi unsur eksplikatur dan implikatur dalam ujaran yang dilontarkan.

Pengkaji merasakan bahawa pengaplikasian Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson pada tahun 1986 adalah amat bertepatan sekali dalam menganalisis kajian ini. Melalui tiga aspek utama, iaitu konteks, kesan konteks dan usaha memproses amat membantu dalam penganalisisan makna nilai murni dalam 10 iklan televisyen terbitan KKMM melalui ujaran yang dilontarkan di samping tujuh aspek tambahan yang dinyatakan dalam perbincangan sebelum ini adalah penting agar tujuh aspek ini saling bertaut menjadi satu kesatuan yang boleh membawa interpretasi makna yang jitu dalam memberi gambaran sebenar mengenai makna nilai murni secara jelas dan mudah.

Sehubungan dengan itu, pengkaji dapat membuat rumusan secara keseluruhan bahawa selain ujaran yang difokuskan dalam Teori Relevans, terdapat tujuh aspek lain yang amat membantu pengkaji dalam menganalisis makna nilai murni. Hal ini kerana, 10 iklan televisyen terbitan KKMM yang dipilih dalam kajian ini bukan semua iklan menyampaikan mesej nilai murni melalui ujaran yang dilontarkan tetapi terdapat juga iklan televisyen terbitan KKMM dalam kajian ini cuma menggunakan perlakuan, perlambangan dan bahasa tubuh yang ditonjolkan dalam setiap watak.

Kesimpulannya, kebanyakan 10 iklan televisyen terbitan KKMM adalah berkesan dan relevan dalam menyampaikan nilai murni kepada

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

penonton. Hal ini kerana, dengan penerbitan iklan televisyen tersebut dapat memupuk sikap nilai murni dalam diri generasi kini yang lebih mudah menerima nilai murni yang disampaikan melalui visual seperti iklan yang dipaparkan di televisyen. Pendekatan yang diambil oleh pihak kementerian ini harus dipuji kerana ini merupakan langkah baik dan berani yang belum pernah dilakukan oleh mana-mana pihak sebelum ini dalam memupuk amalan nilai murni dalam kalangan masyarakat. Bentuk susunan plot cerita yang menarik dan disampaikan dengan mudah kepada penonton terutamanya generasi pelajar.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

BAB 5

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.0 Pengenalan

Dalam kajian ini, pengkaji meneliti 10 iklan televisyen di bawah Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) yang mengandungi nilai murni. Fokus utama dalam kajian ini adalah kepada aspek nilai murni yang terdapat dalam iklan televisyen oleh KKMM. Pengkaji juga menumpukan makna nilai murni yang diperlihatkan dari sudut Teori Relevans.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan perbincangan dalam dapatan kajian, dapat disimpulkan bahawa terdapat hampir 45 iklan televisyen terbitan KKMM yang telah diterbitkan dari tahun 2009 hingga 2012. Antara tema yang dipaparkan dalam iklan televisyen tersebut termasuklah tema nilai, kesihatan, gaya hidup, keselamatan dan nilai murni. Maka, dapatan kajian di atas telah menjawab soalan kajian dan mencapai objektif kajian pertama, iaitu meneliti iklan-iklan televisyen di bawah Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) dari tahun 2009 hingga 2012.

Selain itu, daripada 45 jenis iklan televisyen tersebut, pengkaji meneliti 10 iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni. 10 iklan televisyen tersebut merupakan iklan televisyen yang memperlihatkan hasrat kerajaan dalam menjalankan Kempen Budi Bahasa dan Amalan Nilai Murni kepada masyarakat. Pemilihan 10 iklan televisyen tersebut dalam kajian ini adalah kerana terdapat banyak nilai murni yang menepati 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994). Antaranya, ialah baik hati, hemah tinggi, hormat-menghormati, kerajinan, kerjasama, rasional, kejujuran, kesyukuran dan kasih sayang serta semangat bermasyarat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Namun, terdapat satu nilai murni lain turut ditonjolkan, iaitu nilai tolong-menolong. Sementara nilai murni yang tidak dikemukakan ialah kasih sayang, kebebasan, keberanian, keadilan, kesederhanaan dan berdikari serta kebersihan fizikal dan mental. Daripada kupasan di atas, sudah pasti menjawab soalan kajian dan mencapai objektif kajian kedua, iaitu mengenal pasti iklan-iklan televisyen terbitan KKMM yang mengandungi nilai murni berdasarkan 16 nilai murni yang dikemukakan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994).

Selain itu, dapatan kajian menunjukkan bahawa iklan televisyen terbitan KKMM menyampaikan makna nilai murni yang jelas dan relevan. Namun begitu, masih terdapat iklan televisyen terbitan KKMM yang menonjolkan makna nilai murni yang kabur, kurang jelas dan tersirat kepada penonton, iaitu TI9. Pengaplikasian Teori Relevans oleh Sperber dan Wilson berjaya merungkai unsur ekspilakatur dan implikatur dalam ujaran yang dilontarkan melalui tiga aspek utama, iaitu konteks, kesan konteks dan usaha memproses. Oleh itu, dapatan kajian ini menjawab soalan kajian dan mencapai objektif kajian ketiga, iaitu menghuraikan makna nilai murni yang terdapat dalam iklan televisyen terbitan KKMM berdasarkan Teori Relevans.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

5.2 Cadangan

Pada zaman arus globalisasi kini, amalan nilai murni dalam kalangan para pelajar semakin berkurangan disebabkan oleh kecanggihan teknologi dalam kehidupan hari ini. Hal ini kerana tidak semua teknologi yang canggih pada hari ini dapat memberi nilai positif kepada pelajar. Dengan adanya peranan media televisyen secara tidak langsung dapat menyampaikan mesej yang baik dan positif sekaligus dapat memupuk nilai murni dalam diri setiap pelajar. Oleh itu, langkah yang berkesan harus diambil bagi meningkatkan tahap kesedaran tentang pengamalan nilai murni.

Antara cadangan bagi meningkatkan tahap kesedaran tentang pengalaman nilai murni dalam kalangan pelajar ialah peranan guru dengan menyelitkan persembahan iklan nilai murni terbitan KKMM dalam P&P di dalam kelas. Para guru perlu menerangkan dan menjelaskan kepada para pelajar akan kepentingan dan kelebihan nilai murni daripada iklan televisyen tersebut. Melalui tayangan iklan televisyen ini juga dapat menghiburkan mereka di samping memupuk nilai murni secara tidak langsung kepada pelajar.

Oleh itu, dengan cara ini berjaya menarik perhatian pelajar dan secara tidak langsung dapat menjadikan proses pengajaran dan pembelajaran dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) yang lebih menarik. Kesannya, para pelajar yang bermotivasi rendah dan mempunyai gaya belajar

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

visual akan lebih menggemari iklan televisyen ini dan seterusnya menimbulkan minat terhadap proses P & P.

Peranan ibu bapa tidak kurang pentingnya dalam memupuk dan menerapkan nilai murni di rumah secara langsung dan tidak langsung. Ibu bapa perlu menggalakkan anak-anak mereka suka dan minat menonton iklan televisyen terbitan KKMM. Di samping galakan ini, ibu bapa pada masa yang sama perlu menerangkan dengan lebih jelas iklan yang ditayangkan di media televisyen. Dengan cara ini, anak-anak mereka akan mudah memahami mesej yang dibawakan dalam iklan televisyen tersebut.

Selain itu, peningkatan tahap kesedaran tentang amalan nilai murni dalam kalangan pelajar adalah dengan didikan daripada ibu bapa dan ahli keluarga pelajar itu sendiri. Sekiranya ibu bapa selalu mengamalkan nilai murni dalam kehidupan mereka secara tidak langsung menjadi ikutan oleh anak-anak. Ibu bapa yang baik akan sentiasa menegur dan menasihati anak-anak mereka untuk mengamalkan nilai murni dalam kehidupan seharian. Sebagai contoh, sekiranya anak-anak menunjukkan teladan yang baik maka sedikit sebanyak akan menunjukkan perwatakan ibu bapa mereka. Justeru itu, didikan nilai murni daripada ibu bapa memberi impak positif dalam kehidupan seharian pelajar itu sendiri.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Di samping itu, pihak universiti dan sekolah harus bekerjasama dalam menerapkan nilai murni dalam diri para pelajar. Pihak sekolah atau pihak universiti boleh menerapkan nilai murni dalam kalangan pelajar melalui ceramah di samping tayangan iklan televisyen secara percuma dan terbuka kepada pelajar. Sebagai contoh, peraturan membuang sampah di dalam tong sampah atau sentiasa menghormati orang yang lebih tua. Kaedah ini sedikit sebanyak dapat memberi impak kepada para pelajar dengan membiasakan diri mereka dengan nilai murni tersebut.

Dalam pada itu, peranan KKMM boleh menjalinkan kerjasama bersama Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM), iaitu kerjasama ini diharapkan dapat membuahkan penerbitan iklan televisyen yang lebih baik mutunya serta memenuhi dan menepati 16 nilai murni yang dikemukakan oleh KPM (1994) bertepatan dengan sukatan mata pelajaran KBSR dan KBSM. Ini akan memudahkan para pelajar memahami nilai murni seperti mana yang telah dipelajari di sekolah.

5.3 Kajian Lanjutan

Seperti sudah sedia maklum, aspek nilai murni sememangnya sudah banyak dijalankan oleh pengkaji sebelum ini. Pengkaji merasakan terdapat beberapa bidang yang boleh dikaji berkaitan aspek nilai murni dan iklan televisyen dalam

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

mengisi kekurangan dan kelompongan yang ada pada kajian-kajian terdahulu, iaitu:

a) Kajian boleh dilakukan dengan melihat sejauh mana keberkesanan iklan televisyen terbitan KKMM dalam menyampaikan mesej nilai murni positif dan baik kepada masyarakat. Kajian ini boleh menggunakan set soal selidik dan kaedah temubual, iaitu memilih respoden yang terdiri daripada orang ramai atau pelajar institusi pendidikan.

b) Kajian juga boleh dijalankan dengan berfokuskan kepada bidang linguistik, iaitu analisis leksikal dengan mengkaji setiap makna ujaran yang digunakan dalam iklan televisyen. Kajian ini lebih memperlihatkan kepada pemerian makna bagi setiap perkataan yang digunakan.

c) Pengkaji seterusnya boleh menjalankan kajian terhadap iklan televisyen dari sudut kesantunan bahasa. Pengkaji boleh melihat sejauh mana aspek kesantunan bahasa dititikberatkan dan dipatuhi dalam penerbitan iklan televisyen. Melalui kajian ini, diharapkan penerbitan iklan televisyen bukan sahaja kreatif malah dapat mempamerkan kesantunan dan ketrampilan bahasa yang baik.

d) Kajian juga boleh dibuat terhadap aspek semantik dan pragmatik, iaitu membincangkan aspek makna dari sudut implikatur dalam ujaran dengan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

menggunakan pelbagai sampel seperti ujaran dan perbualan dalam majlis rasmi, majlis meminang/merisik, interaksi personal kanak-kanak dan sebagainya.

e) Pengkaji selepas ini boleh menggunakan pelbagai variasi iklan televisyen yang lain. Dengan ini akan menambah dapatan kajian dalam bidang ini. Misalnya, iklan televisyen daripada institusi atau pihak penerbitan iklan televisyen yang lain.

5.4 Rumusan

Dalam arus globalisasi, amalan nilai murni amat penting untuk kehidupan bermasyarakat di Malaysia. Melalui amalan dan penghayatan nilai murni yang positif, pembentukan sahsiah diri yang seimbang dapat dibentuk khususnya dalam kalangan pelajar sesuai dengan pepatah Melayu "melentur buluh biarlah dari rebungnya. Pepatah Melayu ada mengatakan "yang tua dihormati, yang muda disayangi".

Gerakan kempen budi bahasa dan nilai murni oleh KKMM adalah puncak dari tindakan kerajaan untuk menerap serta menanam nilai murni ke dalam alam fikiran, hati budi serta perilaku warganegara Malaysia dalam pelbagai lapisan masyarakat. Amalan budi bahasa dan nilai murni seharusnya ditegaskan sebagai sebahagian dari proses pembangunan identiti untuk

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

mencapai tahap keutuhan peribadi dan perilaku yang mulia dan berbudi bahasa. Maka, kempen ini diharap akan meneguhkan kembali kekuatan peribadi dan jati diri masyarakat. Dengan segala iltizam dan penyertaan seluruh rakyat Malaysia akan mencapai tahap kehidupan yang cemerlang, gemilang dan terbilang.

Bagi mengkaji makna sesuatu komunikasi (ujaran) lisan, bidang pragmatik merupakan bidang yang sangat sesuai. Konsep implikatur dan eksplikatur yang disepadukan dalam Teori Relevans bagi menjelaskan makna abstrak, taksa dan tersirat. Semasa komunikasi berlaku, penyampai akan menyampaikan mesej kepada penerima. Mesej yang diterima akan ditafsir dengan sebaik-baiknya untuk mendapatkan makna mesej tersebut. Komunikasi ini menjadi mudah jika ujaran yang diluahkan oleh penghantar mesej tidak mempunyai makna yang tersirat.

Dalam masyarakat Melayu yang terkenal dalam kesantunan bahasanya, adakalanya perkara yang disampaikan tidak seperti yang diucapkan. Proses menentukan makna ujaran ini bukanlah suatu perkara yang mudah kerana proses ini melibatkan proses minda yang kompleks (Akmajian, 2002). Sekiranya penerima tersalah tafsir makna mesej tersebut, maka komunikasi akan gagal. Keupayaan pendengar memproses mesej yang diterima dalam sesuatu komunikasi membolehkan pendengar memahami ujaran eksplikatur dan implikatur yang terkandung dalam komunikasi. Secara saintifiknya, teori yang mementingkan pemprosesan maklumat dan mampu membantu pendengar memahami penggunaan implikatur dalam komunikasi ialah TR.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Di samping itu, pendedahan iklan televisyen dalam pengkajian ini membawa satu dimensi baharu dalam melihat norma dan sosiobudaya masyarakat Malaysia. Apa yang dipertontonkan dalam iklan televisyen tersebut mempamerkan senario dan fenomena yang berlaku dalam masyarakat pada masa kini perlu dijadikan pengajaran dan tauladan. Misalnya, pada hari ini jarang sekali melihat golongan belia menghormati orang tua dan sebaliknya bersikap kasar terhadap orang tua terutama kepada ibu bapa mereka.

Berdasarkan perbincangan dalam dapatan kajian, tidak dinafikan terdapat beberapa kekurangan dan kelemahan yang dapat dikenal pasti oleh pengkaji dalam penerbitan 10 iklan televisyen terbitan KKMM, iaitu pihak KKMM seharusnya menerbitkan iklan televisyen yang boleh menonjolkan lebih banyak nilai murni dan memenuhi semua nilai murni seperti mana yang telah digariskan oleh Kementerian Pendidikan Malaysia (KPM) (1994) yang sudah termaktub dalam semua sukatan pelajaran mata pelajaran di sekolah melalui KBSR dan KBSM. Hal ini kerana, penonton terutamanya para pelajar yang melihat iklan televisyen tersebut akan mudah memahami dan mentafsirkan iklan televisyen berdasarkan 16 nilai murni yang telah dipelajari di sekolah.

Pihak KKMM seharusnya menggunakan pemilihan ungkapan bahasa yang lebih sopan dan sesuai untuk kanak-kanak terutamanya golongan pelajar. Hal ini kerana, terdapat penggunaan kata yang kurang sesuai dan tidak sopan

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

seperti "Hei, kau ada otak ke?" dalam TI3. Ini akan membolehkan pendedahan dan peniruan bahasa yang kurang sopan dipraktikkan oleh kanak-kanak.

Terdapat juga iklan televisyen terbitan KKMM yang menunjukkan makna nilai murni yang kabur dan tidak relevan. Misalnya, dalam TI9 menerusi watak seorang pemuda yang seharusnya menghabiskan sisa airnya yang berbaki sebelum meninggalkan restoran tersebut. Penyampaian nilai murni yang kurang jelas dan kabur kerana membawa mesej yang tersirat akan membuatkan penonton tidak memahami apa-apa yang cuba disampaikan. Ini akan lebih merisaukan apabila mungkin terdapat amalan yang kurang baik akan diamalkan oleh golongan kanak-kanak kerana berlaku pentafsiran terhadap makna yang salah.

Selain itu, terdapat juga beberapa iklan televisyen terbitan KKMM menyampaikan mesej nilai murni kepada masyarakat secara tersurat dan tidak langsung. Pengkaji merasakan cara demikian adalah kurang berkesan kepada para pelajar yang sukar untuk mengerti dan memahami makna sebenar nilai murni yang disampaikan.

Pihak KKMM sepatutnya menggunakan teknik yang lebih berkesan, iaitu mempersembahkan nilai murni melalui tersurat, jelas dan secara langsung terus kepada penonton. Para penonton perlu disedarkan bahawa apabila menonton

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

sesebuah iklan, mereka harus berfikir rasional dan memahami perkara atau mesej yang daripada iklan tersebut dengan mudah.

Pengkaji merasakan terdapat beberapa kelemahan, iaitu apabila berlaku rombakan dalam barisan kabinet sudah tentu terdapat perubahan dalam tampuk pemerintahan menyebabkan iklan nilai murni tidak lagi dipedulikan dan disiarkan ketika ini. Walhal iklan ini sangat baik kepada masyarakat berbanding iklan televisyen yang lain yang hanya bermatlamat untuk mempromosi dan melariskan jualan semata-mata.

Oleh yang demikian, diharapkan perbincangan ini boleh diambil perhatian oleh pihak KKMM untuk penambahbaikan bagi menerbitkan iklan televisyen yang lebih berkualiti dan menyampaikan mesej yang bermakna dan positif kepada penonton di masa muka.

Terdapat beberapa kepentingan amalan nilai murni, iaitu di peringkat institusi pendidikan, iaitu sekolah, didikan nilai murni yang diterapkan oleh guru akan dapat mengelakkan diri pelajar daripada terjebak dalam pelbagai pengaruh negatif luar yang tidak memberikan sebarang faedah dan manfaat. Ini adalah selaras dengan usaha oleh Mantan Perdana Menteri, Tun Sri Dr. Mahathir Mohamad yang memperkenalkan subjek Pendidikan Moral di peringkat sekolah rendah dan sekolah menengah adalah bertujuan memupuk nilai murni kepada para pelajar sejak di bangku sekolah.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Amalan nilai murni dapat melahirkan pelajar yang cemerlang bukan sahaja dalam bidang akademik malahan dalam bidang kokurikulum. Seterusnya, para guru yang menunjukkan sikap positif boleh menjadi *role model* kepada para pelajar. Tambahan pula, keadaan sekolah yang kondusif dan lengkap dengan kemudahan pembelajaran dapat memudahkan para pelajar belajar dan seterusnya dapat memupuk nilai murni dan amalan positif dalam diri mereka.

Selain itu, amalan dan penghayatan nilai murni dalam kehidupan adalah untuk membentuk masyarakat yang berpegang teguh kepada ajaran agama. Kepatuhan kepada agama dapat membentuk insan mulia yang sentiasa patuh kepada Tuhan dan setia kepada negara. Oleh itu, penerapan nilai murni yang terdapat dalam doktrin agama masing-masing ke dalam jiwa amat penting untuk membentuk masyarakat yang bertatatusila.

Penerbitan iklan televisyen seperti ini dapat membuka mata semua masyarakat untuk kembali berpegang kepada nilai murni yang semakin luntur. Nilai pengajaran dalam iklan sudah cukup membuatkan masyarakat sedar betapa pentingnya nilai kehidupan kejiranan, nilai kasih sayang, tolak ansur, berbudi bahasa, saling menghormati dan tolong-menolong dan sebagainya amat penting demi kesejahteraan dan keharmonian berpanjangan. Dalam hidup bermasyarakat dan berbilang bangsa, kita sebagai rakyat Malaysia yang telah dididik sejak kecil lagi mengenai budi bahasa dan nilai murni perlu menitikberatkan budaya ini dan mempraktikkannya dalam kehidupan seharian.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Pihak kerajaan perlu menjalinkan hubungan kerjasama dengan pihak KKMM supaya penerbitan iklan nilai murni tidak berhenti di sini dan terus disiarkan sebagai tatapan masyarakat.

Demikianlah, hasil dapatan kajian ini diharapkan dapat menjawab soalan kajian dan mencapai objektif kajian dan seterusnya menambah variasi ilmu pengetahuan dalam bidang nilai murni melalui iklan televisyen. Tuntasnya, kajian ini dapat melihat bagaimana peranan iklan televisyen terbitan KKMM dapat menyumbang ke arah matlamat dan hasrat negara. Pada masa yang sama, genre iklan boleh diaplikasikan agar kedudukan dan peranan iklan televisyen dapat dikekalkan bukan sekadar untuk kepentingan komersial dan keuntungan semata-mata malah adalah amat penting dalam menyampaikan mesej yang bermakna dan jelas kepada masyarakat.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Rujukan

Ab.Rahman Ab.Rashid (2006). *Hubungan Estetik dan Nilai dengan Latar Belakang Murid dalam Pendidikan Komsas*. Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Ab.Rahman b. Mahmud & Amidin b. Zin (2003). *Amalan Nilai Murni di Kalangan Pelajar:Satu Kajian di Terengganu Darul Iman*. Penerbit:Maktab Perguruan Kuala Terengganu.

Abd. Aziz Itar (01 Febuari 2008). *TV1 Dan TV2 Catat Lonjakan Penonton .Utusan Malaysia.* Abdul Rahman Md Aroff & Chang Lee Hoon (1994). *Dinamika Guru : Pendidikan Moral.* Petaling Jaya: Longman Malaysia.

Abd. Rahim Abd. Rashid (1993). *KBSM Pendidikan Nilai Merentasi Kurikulum.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Abd.Rahim Abd Rashid (2001a). *Nilai-Nilai Murni dalam Pendidikan Menghadapi Perubahan dan Cabaran Alaf Baru.* Kuala Lumpur : Utusan Publication & Distributors Sdn. Bhd.

Abd. Rahim Abd. Rashid (2001b). *Perubahan Paradigma Nilai.* Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd.

Abd Aziz, Mohamad Suhaimi Jaafar &Abdul Rhaffor Haji Mahmud (1999). *Seminar Bersepadu Tindakan Bersepadu Menangani Gejala Sosial*. Pulau Pinang: Universiti Sains Malaysia.

Abdullah Hassan & Ainon Mohd. (1996). *Peribahasa Nilai-Nilai Murni.* Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.

Abdullah Yusof, Alias Mohd Yatim dan Mohd Ra'in Shaari (2009). *Semantik dan Pragmatik Bahasa Melayu.* Tanjong Malim: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Aflah Omar (1998). *Penerapan Unsur Positif Dalam Iklan di Televisyen : Tumpuan Terhadap 4 Skop Unsur*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Ahmad Fuad Mat Hassan & Zaitul Azma Zainon Hamzah (2010). *Pengkategorian Peribahasa Melayu Berdasarkan Aspek Nilai dan Pemikiran: Satu Analisis Pragmatik*. Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Amla Haji Mohd Salleh (1994). *Penerapan Nilai Murni di dalam Bilik Darjah: Satu Perbincangan tentang Isu dan Strategi Pendidikan Guru: Cabaran Falsafah dan Strategi dalam Pembentukan Guru yang Unggul*. Penerbit: Nurin Enterprise.

Ani Hj. Omar (2012). *Apresiasi Teori Kesusasteraan Melayu*. Kuala Lumpur: Emeritus Publications.

Asmah haji Omar (1984). *Bahasa Iklan Perniagaan: Satu Kajian Bahasa Retorik*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

A.W. Hamzah(1992). *Iklan Awal Berbahasa Melayu dalam Media Cetak. Pelita Bahasa,* November 1992: hlm. 24-25.

Awang Had Salleh (1991). *Disiplin: Sebuah Tinjauan Konsep dari Segi Pendidikan.* Dlm. Rohaty Mohd. Majzub Et.Al. *Disiplin dalam Pendidikan.* Kuala Lumpur: Nurin Enterprise.

Aziz Awang (1993). *Nilai-Nilai Murni Puisi Melayu Moden Penyair Tinghua*. Serdang: Universiti Putra Malaysia. (tesis sarjana yang tidak diterbitkan).

Azizah Mohd Shah @ Khalid(2008). *Persepsi Wanita Islam Luar Bandar Terhadap Penggunaan Wanita dalam Iklan di Televisyen.* Penerbit: Universiti Teknologi Malaysia.

Azura Abdul Aziz (2007). *Nilai Peribahasa Membina Modal Insan.* Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research.* Belmont, Ca : Wadsworth.

Badrul Munir Md-Zain&Farhani Ruslin (2011.) *Nilai-Nilai Murni dalam Sistem Kekeluargaan Lutong Kelabu (Trachypithecus cristatus).* Jurnal Hadhari 4 (1) (2012), 103-128.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Bergam, T, (1989). The Teacher As Moral Agent" dlm. *Jounal Of Moral Education* 20 (2) 21-24.

Bogdan, R.C & Biklen, S.K. (1998). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory And Methods.*3rd Edition. Boston: Allyn & Bacon.

Buku Panduan Kempen Budi Bahasa Budaya Kita (2005). Kementerian Kebudayaan Kesenian Dan Warisan Malaysia.

Carston, R. (1988). *Implicature, explicature and truth-theoretic semantics.In R.Kempson (ed.) Mental Representations:the Interface between Language and Reality,155-81.*Cambridge, Cambridge University Press. Reprinted in Davis, S. (ed.) 1991 *Pragmatics: A Reader, 33-51.* Oxford University Press.

Chew Fong Peng. (2010). *Penerapan Nilai-Nilai Murni Menerusi KOMSAS dalam Sistem Pendidikan Malaysia. Sosiohumanika,*3(1).

Chuah Ju Nah (1998). *Kajian Sosiolinguistik Bahasa Iklan Cetak dengan Tumpuan Pada Aspek Retorik.* Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

Craswell & J.W.(1994). *Research Design, Qualitative & Quantitative Approaches.* Thousand Oaks: Sage.

Craswell & J.W.(1998). *Qualitative Inquiry And Research Design, Choosing Among Five Traditions.*Thousand Oaks:Sage.

Eisner, E. W & Peshkn, A. (1990). *Qualitative Inquiry in Education: The Continuing Debate.* New York: Teachers College Press.

Falsafah Pendidikan Negara (1992). Pusat Perkembangan Kurikulum. Kuala Lumpur: Kementerian Pendidikan Malaysia.

Fazilah Mohd Jailani (2005). *Nilai Murni Dalam Buku Teks Bahasa Melayu KBSM Tingkatan 4.* Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Fraenkel, Jack R. &Wallen, Norman E.(1993). *How To Design and Evaluate Research in Education.* New York: McGraw-Hill.

Frost, Peter T. (1979). *DCF" Capital Investment Techniques and Corporate Performance An Empirical Study.* Ann Anbor: UMI.

Grbich, C. (2003). *Qualitative Research in Health : An Introduction.* London: Sage.

Grice, H.P (1975). *Logic And Conversation. Dalam Syntax And Semantic 3:Speech Acts,* disunting oleh P. Cole dan J.L Morgan. New York: Academic Press.

Hajar Abdul Rahim(1999). *Keumuman Erti dan Ketaksaan: Satu Analisis. Jurnal Dewan Bahasa,* Jil.43: 1124-1126.

Hamisah Zaharah (2001). *Modul Asas Pengiklanan (KOC3203 & KOM3007).* Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Hardinah Salleh (2003). *Penerapan Nilai-Nilai Murni Melalui Puisi Moden Berdasarkan Teks Sehijau Warna Daun Tingkatan 1 Kaitannya dalam Pembentukan Sahsiah Pelajar.* Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Hashim Musa (2001). *Falsafah, Logik, Teori Nilai dan Etika Melayu.* Kuala Lumpur: Akademi Pengajian Melayu.

Hashim Musa (2008). *Hati Budi Melayu :Pengukuhan Menghadapi Cabaran Abad Ke-21*: Penerbit Universiti Putra Malaysia.

Hashim Musa dan Rozita bt Che Rodi (2010). *Menjana Umat Gemilang Melalui Amalan Nilai Murni Seperti Yang Termaktub Dalam Hati Budi Melayu.Jurnal Aswara.* Jilid 5 Bil.2/2010.

Hashim Musa(2012).*Hati Budi Melayu: Kajian Keperibadian Sosial Melayu ke Arah Penjanaan Melayu Gemilang.* GEMA Online Journal of Language Studies,163 Volume 12(1).

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Hashim Awang (1985). *Mendekati Kesusasteraan Melayu.* Petaling Jaya : Fajar Bakti.

Hasmidar Hassan (2011). *Kata Hubung dan Dan tetapi Dari Sudut Pragmatik. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.*

Ian Dey (1993). *Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists.* Routledge: London.

Imlan Adabi, (16 Januari 2012). *Tahap Pembacaan Rakyat Kita Mundur. Berita Harian.*

Institut Tadbiran Awam Negara (INTAN) (1991). *Nilai Dan Etika dalam Perkhidmatan Awam* Penerbit: Institut Tadbiran Awam Negara (INTAN).

Izatul Bahiyah Haji Abdul Manap (2007). *Budi Bahasa Budaya Kita*. Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Jamil Yakyah (2000). *Laras Bahasa Iklan: Retorik dan Semantik.* Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Jamaliah Mohd. Ali. (2000). *Verbal Communication: A Study Of Malaysian Speakers.* Kuala Lumpur: University of Malaya Press.

Jamaliah Mohd Ali (1996).*Kelainan Bahasa Dan Stratifikasi Sosial : Satu Penelitian.* Kuala Lumpur : Universiti Malaya.

Jamaliah Mohd Ali (1996).*Cross-Cultural Communication: A Case Study Of German Companies In Malaysia.* Kuala Lumpur : Universiti Malaya.

Johnston, Charles S. (1995). *The Rokeach Value Survey: Underlying Structure And Multidimensional Scaling.* Journal of Psychology, 129(5), 583-597.

Jumali Hj. Selamat (2001).*Cerminan Sosial dan Nilai Murni Dalam Novel-Novel Remaja.* Serdang: Universiti Putra Malaysia.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Kamarudin Hj. Husin(1988). *Kaedah Pengajaran Kesusasteraan*. Petaling Jaya: Fajar Bakti.

Kamsiah Abdullah (2008). *Research Report: A Study on the Use of Electronic Stories in Malay Language Teaching.E-UTAMA*, 1(1), 93-97.

Kamus Dewan Edisi Ketiga (2005). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Kamus Dewan Edisi Keempat (2007). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Kamus Pelajar Edisi Kedua (2008). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Kementerian Pendidikan Malaysia. (1979). Laporan Jawatankuasa Kabinet Mengkaji Pelaksanaan Dasar Pelajaran. Kuala Lumpur : Dewan Bahasa Pustaka.

Kementerian Pendidikan Malaysia. (1990). Falsafah Pendidikan Negara. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Pustaka.

Krathwohl, D.R., Bloom, B.S., and Masia, B.B. (1964). *Taxonomy of Educational Objectives: Handbook II: Affective Domain*. New York: David McKay Co.

Kusom Yamirudeng (2005). *Mengajar Nilai Murni Melalui Cerita Rakyat di Wilayah Sempadan Thailand Selatan (WSTS)*. Penerbit : Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Kurikulum Baru Sekolah Rendah : Buku Panduan Am (1988). Kementerian Pendidikan Malaysia. Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka.

Lee Soo Hoon (1994). *Analisis Persembahan dan Kandungan Maklumat Iklan Kanak-Kanak di Televisyen.*Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

Leech, G. (1983). *Principles of Pragmatics*. Harlow: Longman.

Lincoln, Y, & Guba, E (1985). *Naturalistic Inquiry*. New York: Sage.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Maimunah Osman (2000). *Komunikasi Berkesan Hubungan Interpersonal.* Kuala Lumpur: Institut Tadbiran Awam Negara (INTAN).

Mariasomalia Yokammal *(*2008) *Bahasa Iklan dalam Akhbar Tamil Malaysia: Satu Kajian Deskriptif* . Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

Marshall C. &Rossman G.R. (1989). *Designing Qualitative Research.* England: Sage Publication Inc.

Mat Zin Manun (2009). *Nilai-Nilai dari Perspektif Masyarakat Melayu dalam Karya Agung Sejarah Melayu.* Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Mehran (1989). *The Polity and Polical Leadership: Fundamentalisme, Sectarianisme and Pragmatism.* Selangor: Universiti Islam Antarabangsa Malaysia.

Merriam, S.B.(2001). *Qualitative Research and Case Study Applications in Education.* San Francisco:Jossey-Bass Pub.

Mohd. Affandi Hassan (1992). *Pendidikan Estetika Daripada Pendekatan Tauhid.* Kuala Lumpur : Dewan Bahasa Dan Pustaka.

Mohd Asri Abdullah (1999). *Small and Medium Enterprises in Malaysia: Policy Issues and Challenges.* London: Ashgate Publication Co.

Mohd Asri Mohd Daud@ Idris (2007). *Nilai-Nilai Pendidikan di Sebalik Wayang Gedik.* Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Mohd Hamdan Adnan (1997)*Periklanan: Suatu Pengenalan.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Mohd Helmi bin Abd. Rahim (*2005).Pengiklanan Internet Di Malaysia: Masalah dan Cabaran. Prosiding Seminar Kebangsaan E-Komuniti 2005.UKM 6-7 Disember 2005, Putrajaya Pusat Kajian E-Komuniti.*

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Mohd Helmi Abd. Rahim, Maizatul Haizan Mahbob & Wan Idros Wan Sulaiman (2009). *Pengiklanan Strategik: Jenama Global Di Malaysia. Jurnal Komunikasi, Malaysian Vol 25: 32-41* 32 32.

Mohd. Majid, K. (2005). *Kaedah Penyelidikan Pendidikan (Ed.Ke-7).* Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka.

Mohd. Sidin Ahmad Ishak & Noorbathi Haji Badaruddin(1993). *Asas Periklanan.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Mohd Sheffie Abu Bakar. 1991. *Methodologi Kajian Edisi Kedua.* Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Mohamad Md. Yusoff (ed.) 1992. *Asas Perancangan Media dari Aspek Pemasaran.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Mohamad Md Yusoff & Kamaliah Hj. Siarap (1999). *Iklan dan Masyarakat.* Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka.

Mohamad Ngah dan Sharifah Fakhriah (2003).*Amalan Nilai Murni di Kalangan Pelajar Sekolah Menengah.*Pulau Pinang: Universiti Sains Malaysia.

Muhammad Hj. Salleh (1989). *Unsur-Unsur Teori dalam Kesusteraan Melayu dan Nusantara* Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Musa Mantrak (1993).*Moral Value In Malaysia Integrated Secondary School Curriculum: A Survey On Teachers Perception And Abilities*.USA: University Of South Dakota.

Mustafa Atan (2010). *Implikatur Dalam Ujaran Watak Dalam Filem Seniman Agung P. Ramlee.* Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Nageswerarav Ramanmoorty (1989). *Persepsi Guru Sekolah Rendah Terhadap Pendidikan Moral di Daerah Klang.* Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Nashmad Mohd (2011). *Kepentingan Nilai dalam Pendidikan. Dewan Bahasa* November 2011.

Nazeri & Nour Azira (2001). *Kajian Terhadap Pelaksanaan Nilai Murni Merentasi KurikulumDi Kuittho : Satu Kajian Di Kalangan Pensyarah Fakulti Teknologi Kejuruteraan.* Penerbit: Universiti Teknologi Tun Hussein Onn.

Ng Yen Lee (1989).*Satu Pengamatan Terhadap Periklanan Televisyen Fokus pada Iklan-Iklan di TV3*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

Nik Aziz Nik Pa (1994). *Penghayatan Wawasan Pembangunan Negara:* Kuala Lumpur : Dewan Bahasa Dan Pustaka.

Nik Azis Nik Pa. (1997). *Pendidikan Moral dan Nilai Di Malaysia: Satu Analisis Tentang Konsep dan Realiti dari Perspektif Bersepadu*. Prosiding Konvensyen Kebangsaan: Pendidikan Moral dan Nilai dalam Pembangunan Manusia Ke Arah Pembentukan Acuan Pembangunan Negara. M.S.127-146.

Nik Aziz Nik Pa (1998). *Menangani Masalah Sosial di Kalangan Remaja.* Jurnal Kebajikan Masyarakat 20 (2):1-10.

Nik Azis Nik Pa (1999). *Potensi Intelek*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Noor Mohamad Shakil Hameed, (20 April 2010). *Kempen 'Minggu Tidak Menonton Televisyen' Patut Disambut Baik. Berita Harian.*

Noraslan Norasim (2010) *Tinjauan Nilai Murni KBSM Dalam Novel KOMSAS Peringkat Menengah Rendah.* Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Norhasliza Zainal (1998). *Komunikasi Ke Arah Perpaduan Bangsa: Kajian Ke Atas Iklan di Televisyen Mengenai Mesej-Mesej Kebudayaan Kebangsaan*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

Nor Aziyani Sahri (1998). *Persembahan Iklan Televisyen : Satu Analisis Terhadap Format Iklan Di TV3*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID

N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Nor Azizah Salleh & Siti Rahayah Ariffin Musa Daia (2001). *Penerapan Nilai Murni Melalui Pembelajaran-Kooperatif dalam Sains. Jurnal Pendidikan UKM* 27(2001), 47-57.

Norita Ariffin (2006). *Nilai Budi Masyarakat Melayu dalam Pantun.* Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Noraini kaprawi (2010). *Penyelidikan Dalam Pendidikan.* Kuala Lumpur: Mc Grwa Hill Education.

Norhana Ismail (1996). *Moral dalam Iklan Media Cetak : Tumpuan Terhadap Majalah Jelita Jan-Jun 1996.* Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

Nor Hashimah Hashim (2003). *Bahasa dalam Iklan Perniagaan: Satu Analisis Semantik dan Pragmatik.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Nor Hashimah Hashim (2000). *Pemahaman Guru Terhadap Penerapan Nilai-Nilai Murni di dalam Mata Pelajaran Bahasa Melayu di Sekolah Rendah.* Siri Monograf. Unit Penyelidikan Pendidikan Asas.

Nor Hashimah Jalaluddin (1999). *Relevans Komunikasi & Kognisi.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Nor Hashimah Jalaluddin (1993). *Kekaburan dalam Pengiklanan: Masalah & Strategi.* Kuala Lumpur: Jurnal Dewan Bahasa, Jilid 37, (10): hlm. 882-891.

Nor Hashimah Jalaluddin (1992). *Semantik dan Pragmatik.Satu Pengenalan.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Nor Hashimah Jalaluddin (1992). *Implikatur: Satu Aspek Seni Berbahasa Orang Melayu. Jurnal Dewan Bahasa,* hlm:676-691.

Noor Aina Dani (2011). *Aplikasi Kaedah Analisis Kandungan: Gambaran Budi Bahasa Dan Nilai Murni Orang Melayu dalam Buku Malay Courtesy.* SARI: Jurnal Alam dan Tamadun Melayu, 29.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Noor Azlan Ahmad Zanzali. *Penyelidikan Kualitatif dalam Pendidikan.* Johor: Universiti Teknologi Malaysia.

Omar Mamat (1995). *Nilai-Nilai Moral dalam Novel Remaja.* Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Patton, N. Q. (1990). *Qualitative Evaluation Methods*. (2nded.) Thousand Oaks, Calif: Sage.

Pooh Swee Hiag (1993). *Persepsi Pelajar-Pelajar Tingkatan 4 Terhadap Nilai-Nilai Murni dari Segi Kepentingan dan Amalan*. Penerbit: Universti Sains Malaysia.

Rahmah Ismail (1996). *Kesalahan Bahasa dalam Iklan Media Cetak.* Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

Raja Intan Dianna Raja Azaham (17 Ogos 2009).*Astro Tawan Penonton Melayu. Utusan Malaysia.*

Rancangan Malaysia Kesembilan (2006). Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.

Robiah K. Hamzah (2011). *Nilai Murni dalam Pengajaran Bahasa Melayu.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Rohaida Abdul Rahim (2003). *Penerapan Nilai-Nilai Murni Dalam Prosa Tradisional Melayu Komsas Tingkatan 4*. Tanjong malim: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.

Rosnaini Haji Mahmud (1998). *Nilai-Nilai Murni dalam Filem Bukit Kepong Dan Penggunaan Filem Dalam Pengajaran*. Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Rushani Abdullah (1991). *Perlaksanaan Terhadap Pengajaran Bahasa Melayu.* Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

Salema Ahmad (2006). *Amalan Nilai Murni di Kalangan Guru Bimbingan dan Kaunseling dalam Perkhidmatan Bimbingan Dan Kaunseling Sekolah Menengah.* Penerbit: Universiti Sains Malaysia.

Sabitha Marican (2009). *Penyelidikan Sains Sosial-Pendekatan Pragmatik.* Batu Caves:Edusystem Sdn. Bhd.

Shaver, J.P &Strong W (1982). *Facing Value Decision: Rational Building For Teacher. Edisi Kedua*. New York: Teachers College Press.

Shuhairimi bin Abdullah (2008). *Aplikasi Nilai-Nilai Murni dalam Kalangan Usahawan Ke Arah Pembangunan Usahawan Muslim Yang Holistik* Seminar Keusahawanan Islam II Peringkat Kebangsaan 2008.

Siti Aisah Murad (1996). *Abdullah Munsyi dan Masyarakat Melayu.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Siti Saniah Abu Bakar (2008). *Retorik dalam Wacana Iklan*. Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Siti Saniah Abu Bakar(2010). *Kekaburan Makna dalam Retorik Iklan Radio. Jurnal bahasa,* bil.21:25-32.

Sperber, D. &Wilson, D.(1986). *Relevance: Communication and Cognition.*Oxford: Blackwell.

Strauss, A&Corin, J. (1998).*Basics of Qualitative Research, Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park: Sage.

Sufean Hussien (1995). *Pengajaran Nilai dalam Kurikulum.* Penerbit: Fajar Bakti Sdn. Bhd.

Syed Arabi Idid (2002). *Kaedah Penyelidikan Komunikasi dan Sains Sosial.* Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Tajul Ariffin Nordin (1989). *Tinjauan Masalah - Masalah Pembelajaran Di Kalangan Pelajar Berpencapaian Rendah: Kaedah Perbincangan*. Jurnal Personalia Pelajar 2: 3-9.

Teh Siew Hui (2007). *Kepentingan Nilai-Nilai Murni: Satu Tinjauan Di Kalangan Pelajar-Pelajar Tingkatan Satu, Dua dan Empat Disekolah Menengah Kebangsaan (Laki-Laki)Methodistsentul, Kuala Lumpur*. Penerbit: Universiti Teknologi Malaysia.

The New Shorter Oxford English Dictionary,Sixth Edition (2007). London: Oxford University Press.

Thalatha Zaitun Mohd Lazim *(*2005). *Nilai-Nilai Murni dalam Peribahasa dan Pengajarnya Di Sekolah Menengah.* Penerbit: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Yahya Buntat dan Rozita Sanapi (2003). *Tahap Penghayatan Nilai-Nilai Murni di Kalangan Pelajar-Pelajar Sarjana Muda Teknologi sertaPendidikan Semasa Menjalankan Kerja Amali Bengkel.* Jurnal Teknologi Dis. 2003 63- 76 Universiti Teknologi Malaysia.

Yusof Maniso (1993).*Pengaruh Iklan Televisyen Terhadap Pemupukan Dan Pengukuhan Budaya Popular Di Kalangan Masyarakat Bandar.* Kuala Lumpur: Universiti Malaya.

Wan Mohd Zahid Mohd Noordin (1993). *Wawasan Pendidikan Agenda Pengisian*. Kuala Lumpur: Nurin Enterprise.

Wan Mohd ZahidMohd Noordin (1988). *Kertas Kerja:Ke arah Pelaksanaan Nilai-nilai Murni dalam KBSM : Falsafah Pendidikan Negara.* Seminar Nilai-nilai Murni Merentas Kurikulum dalam KBSM. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Wan Norina Wan Hamat, Zaharah Hussin, Ahmad Fkrudin Mohamed Yusoff, Ahmad Arifin Sapar (2013). *Pengaruh Media Massa Terhadap Penampilan Akhlak Pelajar Islam Politeknik Malaysia.Jurnal Pendidikan Islam Januari 2013, Vol. 1 Isu 1.*

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

Zaitul Azma Zainon Hamzah (2006). *Memahami Pertuturan Kanak-Kanak Melalui Analisis Pragmatik.* Serdang: Universiti Putra Malaysia.

Zalina Abdul Rahman (1990). *Perlaksanaan Penerapan Nilai-Nilai Murni dalam KBSM: Satu Tinjauan.* Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.

Zulkiple Abd. Ghani (1997). *Kesan Media Massa Terhadap Perubahan Sosiobudaya.* Dalam Tamadun. Bil.40. m/s. 41-42.

Laman Sesawang:

www.kpkk.gov.my

pmr.penerangan.gov.my

www.1malaysia.com.my

www.malaysiakini.com

www.ppl.upm.edu.my/index2.php?option=com_docman&task.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

LAMPIRAN

Bil.	Teks Iklan
1.	Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Jawab Telefon (TI1) Seorang L1 sedang sibuk bekerja dari jam 8.30 pagi sehingga jam 2.30 petang. Tiba-tiba telefon berdering. L1 terlalu leka dengan tugasan yang diberikan sehingga mengabaikan telefon tersebut. Kemudian, P1 datang dan menjawab telefon yang berdering tadi. P1: Hai, selamat petang. Ada apa-apa yang boleh saya bantu? Encik Rahman? Sebentar ya encik. Panggilan untuk awak, Man. L1 merasa segan kepada P1. L1 sedar akan perbuatannya yang tidak bertanggungjawab. Esok dan hari-hari berikut. L1: Selamat pagi. Terima kasih kerana menghubungi kami. Ada apa yang boleh saya bantu?
2.	Bersopan dan Beradab Amalan Kita -Dalam LRT (TI2) Situasi di stesen LRT, kelihatan orang ramai berpusu-pusu untuk memasuki ke dalam LRT. Suasana di dalam LRT sangat sesak dan padat dengan orang ramai. Kelihatan PT1 yang berumur dalam lingkungan 40-an sedang berdiri. Namun, Tiada seorang pun yang ingin bangun untuk mempelawanya duduk. PT1 hanya memerhati semua orang yang berada di dalam LRT itu jika ada sesiapa yang ingin memberikan tempat duduk kepadanya. Seorang L1teringat akan peristiwa sebelum ini ketika L1 berada di dalam LRT, iaitu L1 duduk di tempat yang disediakan bersama dua orang lelaki, iaitu L2 yang berada di kiri dan L3 di kanannya yang sedang tidur. Selepas itu, datang seorang LT1 yang agak berumur memasuki LRT itu dan berdiri berhampiran tempat duduknya kerana tempat duduk yang disediakan sudah penuh. LT1 melihatnya seperti meminta padanya untuk memberikan tempat duduk kepadanya disebabkan umurnya yang sudah lanjut dan tidak mampu berdiri lama ketika berada di dalam LRT. L1 hanya melihat LT1 lalu menoleh ke arah L2 yang berada di sebelah kiri dan kanannya sedang tidur, laluL1 pun berpura-pura tidur. LT1 itu merasa kecewa melihat perbuatan L1 seperti tidak ingin memberikan tempat duduk kepadanya dengan berpura-pura tidur dan L1 menunduk seakan-akan hampa. Selepas mengingati peristiwa itu, L1 terus tersedar dan teringat kesilapan yang dilakukannya pada masa lalu kerana tidak bersikap hormat dan bertimbang rasa pada yang tua. Tanpa melengahkan masa, L1 segera bangun dan terus mempelawa PT1 untuk duduk di tempat duduknya. PT1 kelihatan amat gembira kerana L1 bersikap bertimbang rasa kepadanya apabila mempelawa duduk di tempat duduknya.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

	PT1: Terima kasih L1: Sama-sama (tersenyum dan tunduk hormat kepada PT1). Semua orang tersenyum melihat tingkah laku L1 yang sopan, bertimbang rasa dan hormat pada PT1.
3.	Kejiranan Saling Menghormati Amalan Kita (TI3) L1 baru pulang dari suatu tempat danL1 mendapati bahawa pasu bunga milik jirannya berada di hadapan rumahnya. L1 terus naik angin dan memarahi L2 berbangsa India itu tanpa bertanya terlebih dahulu. L1 : Ini mesti kerja dia ni. L2 : *Sorry.* L1 : *Sorry* saja kau tau. L1 : Hei, kau ada otak ke? Kau suka-suka hati saja buang sampah kat tempat aku. Pada suatu hari, L1 diserang sakit jantung. L1 : Allah!Bawa saya sekarang ke klinik. IL1: Saya tak boleh bawa kereta bang. Mujurlah L2 mahu membantu L1 membawa ke hospital. L1 : Kalau bukan Encik Gopal yang tolong saya semalam, tidak tahu la apa yang akan terjadi. L2 : Tak apa la Encik Ismail, sebagai jiran, kita wajib menolong jika dalam kesusahan. Kita bukan saja jiran yang baik, tetapi macam adik-beradik.
4.	Budi Bahasa Budaya Kita (TI4) Situasi pertama, suasana di sebuah perhentian bas, kelihatan seorang L1 yang begitu sombong kerana tidak mahu mengucapkan terima kasih apabila seseorang L2 telah memberikan L1 ruang untuk duduk. Situasi kedua, L1 tidak mahu menolong seorang W1 yang sarat mengandung apabila barang-barangnya terjatuh. Seorang BL1 sudi menghulurkan bantuan kepada seorang W1 dengan membawa terlalu banyak barang. W1 mengucapkan terima kasih dan melemparkan senyuman yang ikhlas kepada BL1.
5.	Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Menghormati Orang Tua (TI5) Seorang PT1 sedang berjalan menuju ke stesen bas. PT1 : Nak, ada nampak tak cucu nenek Mira. PL1 : Mira mana nek? (menjawab soalan acuh tidak acuh). PT1 berkecik hati dengan sikap PL1. Tiba-tiba PP1 datang. PP1 : Kenapa nek? PL1 : Laa…nenek Mira rupanya (muka terkejut). PL2 : Tulah kau, melepas.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

6.	<u>Kurangkan Manis Dalam Minuman Lebihkan Manis Dalam Senyuman (TI6)</u> Iklan ini bersempena dengan Kempen Senyum dan diiringi oleh lagu "Cik Mek Molek" oleh penyanyi Dato M.Daud Kilau. PT : (Senyum). L1 : (Hanya memandang). PK1 : (Tunduk hormat sambil tersenyum). L1 : (Masuk ke dalam hotel). L1 : (Memberi sesuatu kepada PKdi kaunter pertanyaan). PK : (Menunjukkan ke arah sesuatu tempat dengan senyuman). L1 : (Mengambil kad semula dan berlalu pergi). PK : Terima kasih (senyum dan berasa hairan dengan L1). L1 : (Berjalan memasuki kafe hotel). L2 dan L3 : (Senyum kepada L1). L1 : (Hanya memandang sekilas lalu). L2 dan L3 : (Berasa hairan). L1 : (Memandang kepada seorang P1 yang berada di dalam kafe). P1 : (Senyum kepada L1). L1 : (Hanya memandang). L2 : (Menunjukkan isyarat senyum kepada L1). L1 : (Mula tersenyum). L2 dan L3 : (Berasa terkejut dengan senyuman L1). L1 : (Senyum kepada P1). P1 : (Membalas senyuman itu).
7.	<u>Bersopan Dan Beradab Amalan Kita -Meletak Kenderaan (TI7)</u> Kelihatan seorang L1 sedang memandu dan meletakkan keretanya. Lalu seorang P1 menggelengkan kepala kepada L1 tersebut. L1 masuk semula ke dalam keretanya. Lalu memandu dan memperbetulkan kenderaannya semula dengan baik di ruang yang betul.
8.	<u>Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Memimpin Orang Tua Melintas Jalan Raya (TI8)</u> Kelihatan seorang L1 keluar dari keretanya. Tiba-tiba dia terpandang seorang LT1 yang hendak melintas jalan. L1 : Ya pakcik, boleh saya bantu? LT1 : Pakcik nak melintas jalan nak tapi mata pakcik kurang jelas. L1 : Takpa, pakcik. Biar saya bantu. LT1 : Terima kasih nak.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI P

9.	Bersopan Dan Beradab Amalan Kita-Susun Semula Kerusi Di Restoran (TI9) Kelihatan seorang L1 sedang minum di sebuah restoran. Lalu, L1 memerhati gelagat sekumpulan P yang mahu pulang, menyorong semula kerusi tersebut. L1 seakan teringat semula perlakuannya sebelum ini yang membiarkan sahaja kerusi dan terus berlalu pergi. Lalu, L1 sedar akan perbuatannya, lantas menyorong semula kerusinya sebelum meninggalkan restoren.
10.	Bersama Amalkan Nilai-Nilai Murni-Terima Kasih-Sama-sama (TI10) Situasi 1: Di pagi yang hening berlatar belakangkan suasana kampung dan suasana bandar. Seorang L1 bangun pagi dan menyiapkan diri untuk pulang ke kampung halaman. Manakala, pada waktu yang sama B1kepada L1 tersebut bangun pagi dan keluar dengan membawa becanya untuk menjemput L1 pulang. L2: Hai apa khabar, pakcik? B1: Ya khabar baik. L2: Di sini saya bawa buah-buahan. Ambillah pakcik. B1: Terima kasih. Situasi 2: Dalam perjalanan untuk menjemput anaknya L1 pulang, B1 membawa pokok cili yang diletakkan dalam pasu. Pokok cili tersebut dibawa untuk diberikan kepada sepasang SI1 di kampung itu. B1 : Assalamualaikum, nah ambillah pokok cili ini. SI1 : Terima kasih (menerima pokok itu sambil tersenyum) B1 : Sama-sama. Situasi 3: B1 tadi telah membawa basikal bersama buah-buahan yang diberi oleh L2 lalu ternampak seekor kucing yang sesat. B1 : Hai, ini kucing awak ke? Saya jumpanya disini. GP1: Ya. Ini kucing saya. Terima kasih. Situasi 4: Seorang penduduk kampong, iaitu L3 membawa nasi lemak dengan menaiki basikal melalui kawasan sawah padi. Dalam perjalanannya, L3 memberikan dua bungkus nasi lemak kepada dua orang PP1 yang berada di situ. L3 : Selamat pagi. Sudah sarapan atau belum? Jika belum bersarapan lagi ambillah nasi lemak ini. PP1: Selamat pagi. Kami belum bersarapan lagi. Terima kasih.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDID
N IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI F

	Situasi 5: GP1 yang berjaya menemui kucingnya, berjalan menuju ke suatu tempat dan terjumpa seorang PT1 berbangsa cina yang sedang sarat membawa barang dan ingin melintas jalan GP1 telah membantu membawa sebahagian barang PT1 dan membantunya melintas jalan. PT1: Terima kasih. Situasi 6: Dua orang PS1 yang sedang bekerja telah membantu seorang PA1 yang berbangsa India yang hilang kawalan semasa melalui kawasan itu. PA1 berbangsa India: Terima kasih PP1: Sama-sama. Situasi 7: PT1 berbangsa Cina sedang menuju ke asrama AY1 dengan membawa buah tangan untuk diberikan kepada AY1 yang berada disitu. AY1 : (berlari kearah PT1). Terima kasih. PT 1: Sama-sama. (sambil melambai). Situasi 8: Seorang PP1 sedang menunggu di tempat menunggu bas berhampiran sekolahnya. Pada masa yang sama, seorang PA1 telah memberi sebungkus air percuma kepada PP1. PP1 : Terima kasih. (menerima air itu dengan tersenyum). PA1: Sama-sama. Situasi 9: PT1 itu pulang dari asrama AY1 dengan menaiki bas. Didalam bas, PT1 terpaksa berdiri kerana tempat duduk sudah dipenuhi oleh penumpang. Kebetulan pula, seorang L4 telah menawarkan tempat duduknya kepada PT1 itu. L4 : Makcik, jemputlah duduk di tempat saya. (lantas berdiri). PT1: Terima kasih. Situasi 10: PP1 yang sedang menunggu di tempat menunggu bas telah dipanggil dan dipelawa oleh seorang PB1 untuk menaiki becanya. PB1 : Nak, marilah pakcik hantarkan pulang. PP1 : (menuju ke beca dan menaikinya). Terima kasih. Apabila PB1 itu menurunkan PP1 di destinasinya. Sejurus selepas itu, sebuah bas telah berhenti dan L5 telah turun dari bas tersebut. PB1 terkejut apabila melihat L1 yang turun dari bas itu ialah anaknya. PB1: Kamu sudah pulang rupanya. L1: (sambil menghulurkan tangan dan bersalaman). Ya ayah. L1 telah membawa PB1 pulang dengan menaiki beca.

UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKA
DRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PENDIDIKAN SULTAN IDRIS UNIVERSITI PEN