



www.plm.org.my

JURNAL LINGUISTIK Vol. 20 (1) Jun.2016 (010-025)

Retorik Pembangunan Sosioekonomi Masyarakat Dalam Laporan Media Cetak

Muhammad Mazlan Abu Bakar & Zaitul Azma Zainon Hamzah
mazlan_dewe277@yahoo.com, zazh@upm.edu.my
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia

Abstrak

Kajian tentang retorik telah banyak dilakukan oleh para pengkaji terdahulu dalam pelbagai bidang namun belum dijalankan secara meluas dalam bidang sosioekonomi. Justeru, kajian ini dijalankan dengan tujuan untuk mengenal pasti jenis retorik yang digunakan dalam laporan media cetak yang ada kaitannya dengan pembangunan sosioekonomi masyarakat, dan menganalisis penggunaan retorik dalam laporan media berkaitan pembangunan sosioekonomi masyarakat menggunakan teori Retorik Moden, Enos dan Brown (1993). Kajian ini menggunakan kaedah analisis teks untuk menganalisis retorik dalam laporan media cetak. Sejumlah 36 petikan laporan akhbar *Utusan Malaysia* dan 34 petikan laporan akhbar *Sinar Harian* yang berkaitan sosioekonomi dipilih sebagai data kajian menggunakan teknik persampelan bertujuan. Hasil kajian mendapati kelima-lima jenis retorik, iaitu pendedahan, penghujahan, penerangan, pemujukan dan pemerian telah digunakan dalam laporan media untuk menyampaikan maklumat tentang pembangunan sosioekonomi masyarakat. Hal ini selaras dengan tujuan utama retorik, iaitu untuk membentuk sikap manusia melalui bahasa manusia. Retorik juga didapati berfungsi untuk menyelaraskan tindakan sosial dengan cara mempengaruhi pilihan sekali gus meyakinkan masyarakat tentang pembangunan sosioekonomi yang direncanakan oleh kerajaan untuk masyarakat dan negara.

Kata kunci: Retorik, perubahan sosioekonomi, laporan media cetak, masyarakat.

Abstract

Studies on rhetoric have been conducted by previous researchers in various fields but not extensively in socio-economic field. Thus, the aim of this study is to identify the types of rhetoric used in media report related to socio-economic development of society, and to analyse the use of rhetoric in media reports on socio-economic development of the society using the theory of Modern Rhetoric, (Enos and Brown, 1993). This study employed text analysis method in order to obtain and analyze rhetoric in published media report. A total of 36 extracts of media reports by Utusan Malaysia and 34 extracts of media reports by Sinar Harian Sinar that related socioeconomic was selected as data using non-random convenience sampling. The findings found that the five types of rhetoric to disseminate information about the socio-economic development were exposure, argumentation, explanation, persuasion and explanation. The results are consistent with the primary purpose of rhetoric, that is to develop one's attitudes through human language. Rhetoric also serves to coordinate social action by influencing choices and consequently affirm the socio-economic development as outlined by the government for the society and nation.

Keywords: rhetoric, socio-economic changes, media report, society.

1. Pengenalan

Retorik ialah seni pengucapan yang berkesan untuk meyakinkan audiens atau khalayak. Dalam kata lain, retorik merujuk kepada pemakaian bahasa yang berkesan untuk meyakinkan serta menarik perhatian audiens

terhadap sesuatu yang disampaikan dalam ucapan mahupun penulisan. Dengan itu, adakalanya retorik dianggap sebagai pemakaian bahasa yang tidak mempunyai keikhlasan daripada penutur. Senada dengan itu, retorik bukan semata-mata mengenai gaya bahasa tetapi juga merupakan sebahagian daripada tulisan atau ucapan yang tersusun dalam satu wacana. Sementelahan, retorik berminat dalam cara memujuk khalayak dengan cara merealisasikan pelbagai jenis wacana yang meyakinkan, (Jesus M. Larrazabal dan Kepa Korta, 2015). Oleh itu, retorik bukan sahaja penting untuk mengemukakan penghujahan, tetapi juga untuk menghasilkan, menganalisis dan menilai bentuk wacana yang digunakan untuk memujuk, (Jesus M. Larrazabal dan Kepa Korta, 2015). Di samping itu, penggunaan retorik dapat mendorong tindakan sosial (Hauser 2002: 3) melalui wacana teks yang memikatkan dan menyakinkan khalayak.

1.1 Retorik sebagai seni berbahasa

Retorik yang dirujuk sebagai kepandaian seseorang dalam berbahasa atau kepandaian berkomunikasi yang efektif, (Muhammad Mazlan Abu Bakar, 2015), menjadi satu elemen penting dalam bidang pengucapan, (Jeniri Amir, 2007). Hal ini selaras dengan fungsi retorik yang mengutamakan gaya, strategi, bahan dan khalayak (Mazlan, Zaitul Azma & Hashim, 2015) untuk memujuk khalayak menerima mesj yang cuba disampaikan. Tanpa penggunaan retorik oleh pengucapnya, sesuatu pengucapan itu tampak mendatar dan kurang meninggalkan kesan kepada khalayak. Hal ini sejajar dengan fungsi retorik sebagai seni pujukan berkesan melalui wacana bahasa dan kuasa visual. Sebagai seni pujukan berkesan, retorik menggabungkan pelbagai kaedah seperti pemujukan, penulisan yang berkesan, pengucapan berkesan, dan persembahan yang berkesan untuk menyampaikan maklumat dengan cara yang berdaya, (Iglika Kassabova, 2015) bagi menyampaikan sesuatu mesej dengan berkesan kepada khalayaknya.

Seni retorik ini bermula dengan retorik klasik Aristotle yang menekankan peranan etos, logos dan patos. Elemen etos, logos dan patos ini digunakan oleh seseorang pengucap dalam wacana yang memperlihatkan pemujukan dan penghujahan, (Jesus M. Larrazabal dan Kepa Korta, 2002). Ethos adalah berkaitan cara seseorang pengucap atau penulis membina kredibiliti dan sumber kepercayaan agar dapat dipercayai dan diyakini oleh audiensnya. Dengan kata lain, pengucap berupaya menyampaikan sesuatu ucapan lisan atau penulisannya dengan menampilkan bahasa yang sesuai, idea dan fikiran yang dapat meyakinkan audiens.

Patos merujuk kepada perkataan atau perenggan yang digunakan oleh seseorang pengucap ketika mereka membangkitkan topik permasalahan itu seringkali patos ini sesuatu yang berhubungan dengan emosi manusia, justeru dapat menyentuh perasaan pendengar dan terkadang menimbulkan banyak empati atau simpati daripada pendengar atau audiensnya. Pengucap itu dikatakan berhasil menggunakan aspek patos sekiranya pengucap itu mampu membawa pendengarnya 'terpukau' dengan topik permasalahan yang diceritakannya, sehingga berjaya juga menerima respons yang diharapkannya daripada audiens. Manakala logos memiliki ciri logik, iaitu isi argumen yang disampaikan oleh pengucap itu menyangkut kepada pengumpulan fakta yang benar, bersifat nyata dan boleh diterima akal.

Berbalik kepada ciri-ciri penting retorik, Aristotle telah mentafsirkan teori retorik lalu mengemukakan konsep dan hujah-hujah dalam bentuk tulisan yang logik dan beretika, (Apostel, 1971). Dalam teori retorik penghujahan, Aristotle mengemukakan satu doktrin umum tentang siligosme yang juga menjadi asas kepada dialektik, logik, dan teori tentang demonstrasi. Siligisme merupakan argument deduktif yang membawa kepada kesimpulan. Berkaitan dengan konsep emosi, walaupun emosi adalah salah satu topik yang paling penting dalam etika Aristotle, namun Aristotle hanya mengemukakan emosi tunggal. Akhirnya, retorik lebih memberi fokus tentang ciri-ciri kognitif bahasa dan gaya, (Cope, Edward Meredith. (1867).

Sementara itu, ciri-ciri kognitif bahasa dan gaya yang terpancar dalam retorik klasik Aristotle adalah melalui penggunaan peranti retorik untuk idea atau fakta yang disampaikan dalam bentuk tiga atau *triad* (*Rule of Three*) seperti dalam kajian ini adalah merujuk kepada "...langkah kerajaan mengawal ekonomi termasuklah mengawal perbelanjaan awam, menaikkan kadar tambang dan mengurangkan subsidi, demi memastikan ekonomi negara terus kukuh, (Utusan Malaysia: 19 Disember 2013). Dengan menggunakan elemen triad ini, pembicara atau pengguna retorik dapat menyatakan konsep dengan lebih jelas, di samping meningkatkan kekuatan mesej, (Garver, Eugene, 2009). Elemen *triad* ini boleh dinyatakan dalam bentuk perkataan, frasa, klausa dan ayat. Selain itu, penggunaan *triad* ini adalah bertujuan untuk menimbulkan rentak, rima dan keindahan terhadap teks atau ucapan yang disampaikan. Hal ini sejajar dengan pendapat Campbell (2001), bahawa sesuatu idea atau maklumat yang ingin disampaikan itu mestilah jelas dan berkesan kerana retorik merupakan seni berbahasa untuk

mendapatkan keyakinan seseorang melalui wacana bahasanya, (Lanham, 1991). Retorik juga dirujuk sebagai seni pengucapan berbentuk pujukan, (Corbett, 1971) dan pemujukan ini dapat membawa kepada perubahan sikap dan tingkah laku serta kepercayaan seseorang secara rela hati melalui mesej dalam ucapan atau penulisan. Sebagai sebahagian daripada bahasa komunikasi, retorik mempunyai peranan penting dan menjadi unsur utama dalam menyampaikan mesej dan idea.

Sehubungan dengan itu, retorik dimanfaatkan oleh pihak media dalam melaporkan sesuatu isu, sama ada isu politik, sosioekonomi dan juga isu sosiobudaya. Media dianggap sebagai salah satu agen sosialisasi yang sentiasa bersama manusia dalam setiap bidang yang diterokai. Pendek kata, media massa berperanan sebagai agen sosialisasi, penggalak pendidikan, penyebar maklumat umum, menyokong kegiatan ekonomi, menerapkan persefahaman dan kerjasama, pembekal maklumat pembangunan dan sebagai penghibur (Musa Abu Hassan, 2004:9). Hal ini tidak terkecuali dengan media cetak yang turut berperanan dalam melaporkan isu sosioekonomi masyarakat kepada khalayak. Sosioekonomi masyarakat merujuk kepada kedudukan sosial sekumpulan individu atau ahli masyarakat dan diukur dari segi pendidikan, pendapatan dan pekerjaan. Penilaian terhadap kedudukan sosioekonomi masyarakat ini sering mendedahkan ketidaksetaraan dalam akses sumber, serta isu-isu, (<http://www.apa.org/topics/socioeconomic-status/> 14 Feb 2017).

Oleh yang demikian, faktor-faktor sosioekonomi dan kelas sosial ini menjadi penentu asas kepada jangka hayat manusia dan hal ini termasuklah pembangunan negara, kesejahteraan, kesihatan fizikal dan mental, (*APA Task Force on Socioeconomic Status American Psychological Association, 2007*). Namun dalam kajian ini, sosioekonomi masyarakat dibataskan kepada agenda kerajaan yang dilakukan untuk membawa perubahan sosioekonomi masyarakat di negara ini yang telah dilaporkan oleh dua media cetak pilihan, iaitu Utusan Malaysia dan Sinar Harian.

2. Sorotan Literatur

Herbert A. Wichelns (1958) telah membuat penilaian yang lengkap terhadap perbezaan antara karya seni yang bersifat retorik dengan karya seni yang bersifat sastera. Sementara itu, I.A. Richards (1971) telah mengetengahkan idea sendiri yang berpaksikan idea non-Aristotelian. Menurut I.A. Richards (1971), sesuatu penulisan itu tidak akan berkesan jika hanya menekankan penggunaan bahasa yang bersifat pemujukan semata-mata sahaja. Hal ini secara tidak langsung membuktikan bahawa ilmu retorik perlu dikuasai oleh pelbagai aspek pemakaian bahasa. Sementara itu, Brooks & Warren (1979), berpendapat bahawa kajian retorik adalah melibatkan bidang bahasa. Penggunaan bahasa yang tepat dan berkesan amat ditekankan dalam retorik kerana bahasa dapat menyumbang kepada kehidupan yang lebih baik. Hal ini menyediakan kajian ini dengan ruang dan alat yang berguna untuk menjawab persoalan kajian berkaitan jenis retorik yang digunakan oleh media cetak dalam melaporkan agenda berkaitan pembangunan sosioekonomi masyarakat.

Selain itu, retorik juga boleh ditakrifkan sebagai penggunaan bahasa untuk mendorong tindakan sosial, (Hauser 2002). Retorik menjadi komponen yang penting bagi suatu wacana yang digunakan dengan tujuan untuk memujuk khalayak tertentu, atas sebab-sebab tertentu, dan dalam keadaan tertentu. Dengan demikian, dalam wacana retorik moden, lima bahagian, iaitu pemujukan, penghujahan, pendedahan, penceritaan dan penerangan diberikan fokus sebagai cara penyampaian suatu retorik berbanding dengan wacana yang mementingkan susunan ayat yang lengkap dalam sesuatu teks penulisan atau pengucapan. Malahan dalam memperkenalkan wacananya, khalayak memerlukan kata proses lakuan, keadaan, dan perihalan secara strategik. Keperluan itu membayangkan bahawa pewacanaan adalah suatu proses bertindak, menyatakan keadaan, serta memerihai (Idris Aman, Norsimah Mat Awal dan Mohammad Fadzeli Jaafar, 2014). Justeru, kewujudan teori moden adalah untuk memperlihatkan cara penyampaian suatu retorik dalam berbentuk penulisan dan pengucapan, berbanding dengan wacana (Zorati Osman (2005); Nora Aziz (2004). Dengan demikian, teori retorik moden dimanfaatkan dalam kajian ini untuk tujuan mengenal pasti jenis retorik yang digunakan dalam laporan media cetak bagi melaporkan agenda kerajaan yang berkaitan dengan pembangunan sosioekonomi masyarakat.

Dalam kajian retorik oleh Sobariah Baharum, (2008), beliau memfokuskan wacana retorik moden bagi memperlihatkan struktur dan gaya retorik yang terdapat dalam novel-novel Abdullah Hussain. Dengan menggunakan kaedah analisis kandungan untuk meneliti teks secara tekstual dan kontekstual, kajian Sobariah Baharum, (2008) telah menunjukkan bahawa semua jenis retorik, iaitu jenis naratif, deskriptif, eksposisi, argumentatif dan persuasif dimanfaatkan dalam novel-novel Abdullah Hussain. Hal ini dapat dibuktikan menerusi

penggunaan retorik jenis naratif dalam novel *Masuk Ke Dalam Cahaya*, “Tuhanmu telah memerintah supaya kamu jangan menyembah selain daripada-Nya dan berbuat baik kepada ibu bapa.....”(Abdullah Hussain, 1983: 43). Manakala analisis dari sudut gaya retorik, didapati Abdullah Hussain menggunakan gaya perbandingan, pertautan, pertentangan dan perulangan yang diolah sebaik mungkin oleh pengarangnya untuk menghidupkan karya dan mempengaruhi pemikiran pembaca.

Begitu juga dengan Noor Husna Abd.Razak (2011) yang turut menggunakan Teori Retorik Moden Enos dan Brown (1993) untuk mengenal pasti dan menganalisis struktur, jenis dan gaya retorik dalam iklan produk kesihatan. Dalam kajiannya yang berjudul, “Retorik Dalam Iklan Produk Kesihatan” Noor Husna Abd.Razak (2011) telah menggunakan kaedah analisis kandungan. Hasil kajian Noor Husna menunjukkan bahawa lima jenis retorik, iaitu jenis naratif, deskriptif, eksposisi, persuasif dan penerangan digunakan dalam iklan produk kesihatan yang diungkapkan dalam bentuk kata, frasa, klausa, ayat, atau wacana Hal ini terpancar dalam produk kecantikan Planet Barley yang menerapkan kaedah penceritaan, iaitu “Asid Lipoik merupakan sejenis asid lemak yang terdapat di kebanyakan sel badan secara semula jadi termasuk sel kulit, tisu penghubung sel otak dan sel otot.....”.

Selain itu, kajian retorik juga telah dijalankan menggunakan bahan dakwah, teks ucapan dan teks kreatif. Choong Kee Foong (2002) telah meneliti dan menganalisis strategi retorik Sultan Omar Ali Saifuddin III tentang isu-isu Perlembagaan Negeri Brunei dan Rancangan Malaysia, 1959-1963. Hasil kajian, Choong Kee Foong mendapati strategi retorik yang paling kerap digunakan dalam isu Perlembagaan Negeri Brunei ialah invensi, iaitu sesuatu perkara yang membabitkan bukti logik, bukti emosi, dan bukti etika. Mengikut McCroskey (1982), invensi adalah satu proses penentuan tentang apa-apa yang diketahui itu harus diperkata oleh sumber tertentu kepada pendengar tertentu pada masa tertentu bagi menyatakan sesuatu maksud. Manakala dalam isu Rancangan Malaysia, strategi retorik yang paling kerap digunakan ialah disposisi, iaitu suatu sikap atau kecenderungan para pelaku untuk melaksanakan serta mewujudkan sesuatu perkara tersebut secara bersungguh-sungguh, (Choong Kee Foong, 2002). Hal ini sekali gus memperlihatkan bahawa Sultan Omar lebih kerap menggunakan elemen logos dalam titah majlis rasmi, dan menggunakan elemen patos dalam majlis tidak rasmi. Contoh elemen logos yang digunakan ialah, “Beta percaya yang penduduk negeri ini menaruh harapan penuh agar perlembagaan baru itu akan memberi faedah, kemakmuran yang lebih kepada negeri ini dan kebanggaan serta kemuliaan dalam tarafnya (DBP Brunei; 1971:38).

Sementara itu, Zoriati Osman (2005) telah memfokuskan retorik pujukan dalam ceramah Haji Hadi Awang. Dengan menggunakan lima buah teks ucapan politik Haji Hadi Awang sebagai bahan kajian, Zoriati Osman (2005) telah mendapati teknik pujukan, pendedahan, dan pengukuhan turut dipelbagaikan dalam ucapan Abdul Hadi Awang dalam usaha memujuk khalayak agar berpihak kepadanya dalam pilihan raya. Manakala Abdul Mua'ti @ Zamri (2007) pula telah mengkaji pemikiran Tun Dr. Mahathir Mohamad dalam ucapan Presiden UMNO dari 1982 hingga 2003. Dengan menggunakan 22 teks ucapan Tun Dr. Mahathir, Abdul Mua'ti @ Zamri (2007) cuba mengenal pasti teknik retorik berteraskan kepada sembilan teknik yang dikemukakan oleh Cook (1989) dan menganalisis struktur retorik dengan menggunakan prinsip disposition oleh Aristotle. Hasil kajian, Abdul Mua'ti, mendapati Tun Dr. Mahathir paling kerap menggunakan teknik retorik seperti anafora, aliterasi, dan *asyndeton* dalam menyampaikan pemikiran dan hal ini telah dapat menjelaskan sifat keperibadian yang dimiliki oleh Mahathir sebagai seorang pemimpin negara yang berkebolehan

Rumusan daripada sorotan beberapa kajian terdahulu didapati pengkaji terdahulu telah menfaatkan jenis retorik dalam memfokuskan kajian dalam bidang pendakwaan, kepimpinan, dan karya kreatif. Hal ini sekali gus memperlihatkan wacana retorik dalam bidang sosioekonomi belum dijalankan dengan menyeluruh. Tambah lagi, keberkesanan retorik adalah terletak kepada khalayak, justeru kajian retorik berkaitan pembangunan sosioekonomi masyarakat perlu dilakukan kerana wacana retorik yang berkaitan pembangunan sosioekonomi adalah sarat dengan unsur pujukan dan pendedahan kepada masyarakat selaku khalayak. Dengan kata lain, retorik pembangunan sosioekonomi adalah sesuatu jenis wacana sosial yang menggunakan peranti retorik untuk memujuk audiensnya agar menerima agenda yang dilakukan oleh kerajaan atau pihak berkuasa. Hal ini demikian kerana ungkapan retorik dalam sosioekonomi lebih merupakan amalan dan proses komunikasi yang melibatkan idea ekonomi, baik dalam bentuk lisan dan bertulis, (*Economic Rhetoric. “International Encyclopedia of the Social Sciences*, 2008). Justeru, kajian retorik yang berkaitan sosioekonomi masyarakat ini diharap dapat memperluas lagi skop kajian retorik di negara ini, di samping dapat menambahkan sumbangan ilmu baharu dalam penyelidikan bahasa Melayu.

3. Objektif Kajian

Kajian retorik dalam laporan media cetak ini dijalankan dengan tujuan untuk:

- i. mengenal pasti jenis retorik yang terdapat dalam laporan media cetak berkaitan dengan pembangunan sosioekonomi masyarakat.
- ii. menganalisis retorik berkaitan pembangunan sosioekonomi masyarakat menggunakan teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993).

Bagi menjawab objektif kajian, beberapa persoalan kajian dibentuk oleh pengkaji. Persoalan tersebut adalah seperti berikut:

- i. Apakah jenis retorik yang terdapat dalam laporan media cetak yang berkaitan pembangunan sosioekonomi masyarakat?
- ii. Bagaimanakah retorik yang berkaitan dengan pembangunan sosioekonomi masyarakat dapat dianalisis menggunakan Teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993)?.

4. Metodologi

Kajian ini dijalankan dengan menggunakan reka bentuk penyelidikan kualitatif. Reka bentuk kajian kualitatif merupakan bentuk kajian yang kebiasaannya menumpukan kepada perkataan-perkataan, dan ayat-ayat diteliti, dikumpul dan dianalisis, (Bryman, 2008). Kaedah analisis teks digunakan bagi menganalisis data yang berupa dokumen (Hsieh & Shannon, 2005). Sebanyak 34 laporan akhbar daripada akhbar *Sinar Harian* dan 36 laporan akhbar daripada akhbar *Utusan Malaysia* dijadikan data kajian menggunakan teknik persampelan bertujuan. Pengumpulan data menggunakan teknik persampelan bertujuan membolehkan penyelidik menentukan data dengan tujuan untuk menyumbang kepada pemahaman yang lebih baik (Bernard 2002).

Pengumpulan data kajian ini dijalankan selama empat bulan, iaitu bermula dari bulan September 2013 hingga Disember 2013. Pengkaji memfokuskan empat bulan terakhir kerana dalam tempoh tersebut media banyak membicarakan isu-isu berkaitan sosioekonomi terutama selepas pembentangan bajet 2014 oleh Perdana Menteri. Namun, penyelidik membataskan kajian kepada dua laporan akhbar berbahasa Melayu, iaitu akhbar *Utusan Malaysia* dan *Sinar Harian*. *Utusan Malaysia* dengan slogan “Pemangkin Fikiran Rakyat” dipilih mewakili akhbar utama berbahasa Melayu kerana laporannya banyak memfokuskan hal rakyat dan berita tentang sosioekonomi masyarakat. manakala *Sinar Harian* dengan tema “Telus & Tulus” dipilih mewakili akhbar tabloid atas kesesuaian sesuai isi laporan yang bersifat tempatan, memaparkan berita perihai komuniti dan masalah tempatan terutama berkaitan kebajikan dan kemakmuran rakyat serta tidak memihak kepada mana-mana pihak tertentu. manakala akhbar *Utusan Malaysia* “Pemangkin Fikiran Rakyat” yang banyak memfokuskan rakyat dan banyak melaporkan berita tentang sosioekonomi masyarakat. Dalam pada itu, hasil penelitian pengkaji, didapati bahawa apa-apa yang dilaporkan dalam akhbar *Utusan Malaysia* dan *Sinar Harian* adalah sama dengan akhbar-akhbar arus perdana yang lain dalam membincangkan isu-isu berkaitan sosioekonomi masyarakat di Malaysia.

Sehubungan dengan itu, pemilihan dua akhbar ini adalah memadai sebagai sampel untuk penyelidikan kualitatif yang lebih memfokus kepada pemahaman terhadap isu-isu yang kompleks daripada jumlah sampel yang besar, (Martin N Marshall, 1996). Tambah pula laporan kedua-dua media cetak ini didapati sudah memenuhi kriteria lima jenis retorik yang ingin dikaji berkaitan pembangunan sosioekonomi kerana kedua-dua laporan media ini didapati menggunakan retorik dalam melaporkan isu-isu sosioekonomi kepada khalayak yang berkaitan aduan, ketidakpuasan hati dan kebimbangan masyarakat terhadap isu sosioekonomi semasa. seperti isu harga minyak, kenaikan harga barang, bencana alam, tol, kenaikan tarif elektrik, perumahan dan isu-isu sosioekonomi lain yang akan diberikan tumpuan dalam kajian ini.

Namun, laporan media pada bulan Oktober tidak dikaji kerana penggunaan retoriknya tidak membicarakan isu sosioekonomi masyarakat yang difokuskan dalam kajian ini. Pengumpulan data kajian adalah seperti dalam jadual di bawah:

Jadual 1: Pengumpulan Data Kajian

Akhbar	Bulan	Retorik Pemujukan	Retorik Pemerian	Retorik Penghujahan	Retorik Pendedahan	Retorik Penerangan	Jumlah
Utusan Malaysia	September	1	2	4	1	1	9
	Oktober	0	0	0	0	0	0
	November	0	0	2	0	1	3
	Disember	4	1	5	7	7	24
	Jumlah	5	3	11	8	9	36
Sinar Harian	September	0	0	1	1	0	2
	Oktober	0	0	0	0	0	0
	November	1	1	0	1	1	4
	Disember	4	6	6	9	3	28
	Jumlah	5	7	7	11	4	34
Jumlah	Keseluruhan	10 (14%)	10 (14%)	18 (26%)	19 (27%)	13 (19%)	70

Dalam menganalisis data, pengkaji memfokuskan lima jenis retorik, iaitu pemujukan, pendedahan, penerangan, penghujahan dan pemerian seperti yang ditekankan oleh para sarjana barat sejak awal perkembangan ilmu retorik, (Brooks dan Warren, 1979).

4.1 Prosedur Kajian

Prosedur ini terbahagi kepada tiga tahap iaitu tahap praanalisis, tahap analisis-pasca dan tahap analisis yang dilakukan oleh pengkaji untuk menjadikan kajian ini lebih teratur dan tersusun. Pada tahap praanalisis, teks laporan media yang berkaitan isu sosioekonomi masyarakat, iaitu isu harga minyak, kenaikan harga barang, bencana alam, tol, kenaikan tarif elektrik, perumahan dan isu-isu sosioekonomi lain dibaca dan diteliti terlebih dahulu bagi membolehkan pengkaji mengumpulkan data-data yang dapat menepati objektif kajian. Hasil penelitian, sebanyak sejumlah 36 petikan laporan akhbar *Utusan Malaysia* dan 34 petikan laporan akhbar *Sinar Harian* yang berkaitan sosioekonomi dipilih sebagai data kajian menggunakan teknik persampelan bertujuan. Laporan media yang dipilih sebagai bahan kajian yang mencakupi retorik pembangunan sosioekonomi masyarakat seterusnya dikategorikan kepada lima jenis retorik berdasarkan teori Retorik Moden oleh Enos dan Brown (1993). Namun dalam makalah ini, pengkaji mempersembahkan hanya 2 contoh data di bahagian analisis data bagi mewakili setiap jenis retorik yang dibincangkan.

Pada tahap analisis-pasca, teks laporan media dibuat penelitian berdasarkan objektif kajian ini. Penggunaan jenis retorik yang dikaji dalam laporan media dipilih berdasarkan tajuk, subtajuk, frasa, ayat dan lain-lain yang memperlihatkan jenis retorik. Segala maklumat yang menyentuh isu sosioekonomi masyarakat dikumpulkan untuk dianalisis bagi memperlihatkan jenis retorik yang digunakan di dalam laporan media.

Pada tahap analisis pula, pengkaji menggunakan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis menggunakan teori Enos dan Brown, (1993). Dengan kata lain, sebelum data dianalisis, pengkaji terlebih dahulu mengambil beberapa petikan teks dalam laporan media yang jelas ada penggunaan retorik, mencerakinkannya berdasarkan jenis-jenis retorik yang telah dikenal pasti dan menganalisisnya. Bagi tujuan memudahkan analisis data, data kajian bagi kedua-dua laporan akhbar dilabel secara sistematik. Dalam setiap analisis data, label LAUM (laporan akhbar *Utusan Malaysia*) dan LASH (laporan akhbar *Sinar Harian*) digunakan bagi membezakan laporan akhbar tersebut. Tindakan melabelkan data kajian diambil bagi memudahkan analisis data dilakukan secara kemas dan teratur.

4.2 Kerangka Teori

Penggunaan teori dalam sesebuah kajian dapat memudahkan pemahaman terhadap sesuatu penjelasan yang bersifat kompleks, (Garrison, 2000). Tambah pula, teori kajian merupakan perkara asas yang penting dalam sesuatu kajian bagi menjadikan sesebuah kajian itu dapat disampaikan dengan teratur serta penjelasan yang mantap dan sempurna. Justeru dalam kajian ini, pengkaji menggunakan teori Retorik Moden Enos dan Brown (1993) sebagai teori asas.

Menurut Enos dan Brown (1993), retorik penulisan yang berlandaskan prinsip artistik adalah bertujuan untuk menghasilkan penulisan terbaik merangkumi cara penulis menyampaikan pemikiran atau pengamatan melalui penggunaan bahasa yang jelas, berkesan dan disukai pembaca. Terdapat lima cara penyampaian yang dimaksudkan, iaitu cara penceritaan (naratif), pemerian (deskriptif), penghujahan (argumentatif), pendedahan (eksposisi) dan pemujukan (persuasif). Sejajar dengan itu, teori retorik moden adalah berasaskan prinsip-prinsip retorik yang berikut;

- i. Retorik mempunyai kelainan atau penyimpangan bentuk bahasa. Bahasa retorik tidak berbentuk lurus dan langsung seperti bentuk bahasa biasa, sebaliknya, bahasa retorik berwarna-warni dan berbunga-bunga.
- ii. Retorik mempunyai kelainan atau penyimpangan dari sudut makna. Gaya retorik tidak mengusulkan makna langsung atau makna lateral, atau makna luaran tetapi lebih mengusulkan makna pragmatik, makna tersirat atau makna sebenar sesuatu ujaran yang difahami berdasarkan jalinan ayat-ayat, konteks dan kontekstual.
- iii. Retorik bertujuan memberi kesan yang lebih mendalam. Penggunaan retorik dalam sesuatu ujaran atau penulisan adalah disengajakan dengan tujuan yang lebih mendalam seperti untuk menjelaskan makna dengan teliti, membangkitkan perasaan, dan dapat memberi kesan kepada khalayak.
- iv. Retorik mementingkan estetika dalam pemilihan diksi dan penyusunan ayat. retorik lebih condong kepada penggunaan dan pemilihan kata yang mempunyai nilai-nilai seni (artistik) yang mempunyai kehalusan makna dan memperlihatkan elemen kebijaksanaan, kejelasan, keanggunan, kefasihan (kelancaran), dan keadilan (keyakinan).
- v. Pemahaman dan penginterpretasian petanda atau ungkapan retorik memerlukan keupayaan kognitif, psikologis, pemahaman sosial dan persekitaran bahasa yang terlibat. Untuk memahami dan menginterpretasi makna sesuatu ungkapan retorik, pemahaman terhadap set konteks atau semua unsur yang mempengaruhi sesuatu ungkapan atau ujaran diperlukan. Dalam erti kata lain, titik kebenaran semantik tidak akan diperoleh jika makna yang difahami hanya berupa makna logik atau makna literal semata-mata.

5. Dapatan Kajian dan Perbincangan

Setelah dianalisis jenis retorik dalam laporan media yang menyentuh isu-isu perubahan sosioekonomi masyarakat, didapati terdapat lima jenis retorik yang digunakan, iaitu retorik pemujukan, retorik penerangan, retorik pendedahan, retorik pemerian, dan retorik penghujahan.

5.1 Retori Pemujukan

Retorik pemujukan (persuasif) adalah suatu jenis pertuturan atau penulisan yang diungkapkan oleh pembicara atau penulis yang mempunyai matlamat untuk meyakinkan khalayak atau audiens untuk menerima pandangan yang dikemukakan seterusnya memujuk khalayak pendengar dan pembaca untuk melakukan sesuatu (Keraf, 2007). Persuasif dinyatakan berbentuk verbal, namun dalam faktor sehari-hari secara eksplisit dapat ditemukan juga dalam media cetak. Persuasif berusaha membangkitkan atau merangsang emosi pembaca terhadap objek yang dijadikan topik.

Hasil kajian menunjukkan retorik pemujukan ini digunakan oleh pihak media dalam melaporkan berita berkaitan sosioekonomi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dalam data LASH1, dan LASH2 yang berikut:

Jadual 2: Penggunaan Retorik Pemujukan dalam Laporan Media

Bil	Retorik Pemujukan
LASH1	Syarikat Bekalan Air Selangor (Syabas) menasihati pengguna agar tidak panik atau risau bekalan air tidak mencukupi kerana kesemua kolam pengagihan air akan dipenuhi sebelum kerja henti tugas dijalankan. (Sinar Harian, 16 Disember 2013).

LASH2 Kerajaan memberi jaminan harga tepung dan gula tidak akan naik di sebalik pengurangan subsidi petrol RON95 dan diesel sebanyak 20sen diumumkan kerajaan, 3 September lepas.

(Sinar Harian 12 September 2013).

Dalam LASH1, frasa "...agar tidak panik dan risau..." memperlihatkan penggunaan retorik pemujukan untuk menasihati dan meyakinkan khalayak pembaca agar tidak bimbang dan khuatir mengenai masalah bekalan air. Hal ini kerana, pihak Syarikat Air Selangor (SYABAS) akan menyelesaikan masalah bekalan air tersebut secepat mungkin. Selain itu, dalam laporan itu juga memperlihatkan penggunaan pemujukan dalam bentuk janji, iaitu 'kesemua kolam pengagihan air akan dipenuhi'. Pihak SYABAS telah membuat satu janji kepada khalayak bahawa pihak mereka akan memenuhi kesemua kolam pengagihan air di kawasan tersebut. Penggunaan bahasa pemujukan pada frasa 'akan memenuhi kolam pengagihan air sebelum kerja henti tugas' merupakan satu janji untuk meyakinkan khalayak pembaca yang disampaikan dalam bentuk satu pemujukan bertujuan mengubah sikap, kepercayaan, atau tindakan orang lain (Hunt, 1992:235) selain untuk membangkitkan perasaan dan memberikan kesan kepada khalayak, (Enos dan Brown, 1993). Dalam hal ini, elemen patos dan logos dimanfaatkan oleh pihak media dalam melaporkan isu berkaitan sosioekonomi.

Begitu juga dalam LASH2 yang turut memperlihatkan penggunaan retorik pemujukan dalam laporan media yang berikut;

LASH2 : Kerajaan memberi jaminan harga tepung dan gula tidak akan naik di sebalik pengurangan subsidi petrol RON95 dan diesel sebanyak 20sen diumumkan kerajaan, 3 September lepas.

Dalam LASH2 jelas memperlihatkan satu ungkapan retorik pemujukan yang terpancar pada "Kerajaan memberi jaminan...". Hal ini menunjukkan satu janji yang dibuat oleh pihak kerajaan kepada rakyat. Pihak kerajaan telah memberi jaminan bahawa harga tepung dan gula tidak akan naik walaupun harga petrol RON95 dan diesel naik sebanyak 20sen. Frasa 'kerajaan memberi jaminan' dalam petikan akhbar di atas dinyatakan dengan tepat dan menarik yang berupaya mempengaruhi pemikiran, keyakinan, dan mengubah pandangan khalayak dengan satu penegasan dalam bentuk janji dari pihak kerajaan. Frasa ini juga memperlihatkan satu proses pemujukan oleh kerajaan untuk memotivasikan seseorang melalui komunikasi untuk mengubah kepercayaan, sikap dan tingkah laku (Adler & Rodman 2000:404). Penggunaan retorik pemujukan dalam LASH2 bertujuan menyatakan sesuatu perkara yang dirasakan penting di samping untuk menjelaskan bahawa kenaikan harga minyak tidak akan memberi kesan kepada rakyat. Hal ini menepati retorik pemujukan berkaitan sosioekonomi yang bertujuan menyampaikan tanggapan ekonomi sebagai sesuatu jenis wacana sosial, yang menggunakan analogi dan rayuan oleh pihak berkuasa untuk memujuk khalayaknya, (*Economic Rhetoric. "International Encyclopedia of the Social Sciences, 2008*).

Dengan demikian, jelaslah bahawa penggunaan retorik pemujukan digunakan dalam laporan media adalah untuk menyampaikan isu berkaitan sosioekonomi bertujuan mempengaruhi pemikiran, keyakinan, dan mengubah pandangan khalayak menggunakan strategi pemujukan logos dan pathos melalui frasa "tidak panik dan risau" dalam LASH1, dan "kerajaan memberi jaminan" dalam LASH2. Frasa berbentuk 'janji' dan 'jaminan' daripada pihak kerajaan merupakan frasa yang digunakan oleh penulis untuk membangkitkan kesan emosi (pathos) pembaca. Penggunaan patos dalam retorik pemujukan lebih cenderung untuk memujuk dan mengubah fikiran, pegangan atau tingkah laku individu pembaca terhadap isu yang dibicarakan, (Corbett, Edward P.J., 1971). Tambahan pula, retorik pemujukan adalah bermatlamat untuk memujuk khalayak agar memahami dan mempercayai mesej yang disampaikan. Di sinilah terlihat keberkesanan kuasa pemujukan oleh seseorang pengarang, iaitu apabila objektif pemujukannya berjaya mempengaruhi khalayak pembaca sekali gus dapat menerima perubahan yang dilakukan oleh pihak kerajaan.

5.2 Retorik Penerangan

Retorik penerangan (Naratif) adalah bentuk karangan atau wacana yang berusaha memberikan penerangan yang jelas kepada pembaca tentang sesuatu perkara secara lebih mendalam dan terperinci, (Keraf, 2007: 3). Selain menekankan aspek pemilihan diksi yang tepat, bernas dan bermakna, yang bermula dari satu kaedah kepada satu kaedah atau dari satu langkah kepada satu langkah, retorik penerangan juga menyajikan sebuah kejadian yang

disusun berdasarkan urutan waktu (Moeliono, 1989: 683). Dengan kata lain, retorik penerangan bukan sahaja berbentuk cerita tertentu apabila seseorang memberitahu cerita tertentu untuk khalayak tertentu dalam keadaan tertentu untuk tujuan tertentu, (James Phelan, 1996). Retorik penerangan juga berbentuk tindakan oleh seseorang kepada seseorang untuk tujuan tertentu. Hal ini dapat dilihat dalam data LASH3, dan LAUM4 yang berikut:

Jadual 3: Penggunaan Retorik Penerangan dalam Laporan Media

Bil	Retorik Penerangan
LASH3	Selain itu, Halimah berkata, kerajaan akan terus komited dalam melaksanakan pemulihan projek yang terbengkalai , termasuk memberi keutamaan dalam pemberian dana untuk projek yang melibatkan perumahan kos rendah dan sederhana rendah . (Sinar Harian, 12 Disember 2013)
LAUM4	Kerajaan akan memberi penerangan kepada rakyat mengenai kenaikan tarif elektrik dan tol sekiranya ia dilakukan , selain menimbangkan usaha-usaha bagi membantu meringankan beban rakyat yang terkesan dengan kenaikan tersebut. (Utusan Malaysia, 21 Disember 2013).

LASH3 memperlihatkan penggunaan retorik penerangan dalam petikan, "...komited dalam melaksanakan pemulihan projek yang terbengkalai, pemberian dana untuk projek dan perumahan kos rendah dan sederhana rendah". Frasa ini menampakkan retorik penerangan yang digunakan untuk memberikan penerangan yang jelas kepada khalayak pembaca tentang sesuatu pemulihan projek secara lebih terperinci untuk tujuan mempengaruhi khalayak (Dixon, 1991) dan memberikan pemahaman kepada khalayak, (Enos dan Brown, 1993). Frasa komited dalam melaksanakan pemulihan projek yang terbengkalai memperlihatkan satu penerangan daripada pihak kerajaan mengenai usaha-usaha yang dilakukan dalam membantu rakyat dalam masalah perumahan. Perkataan "komited" itu sendiri menampakkan satu usaha yang bersungguh-sungguh daripada pihak kerajaan untuk melaksanakan pemulihan projek yang terbengkalai. Selain itu, pada frasa "memberi keutamaan dalam pemberian dana untuk projek" dan "perumahan kos rendah dan sederhana rendah" merupakan satu lagi penerangan yang digunakan oleh kerajaan untuk menyatakan langkah-langkah yang diambil oleh pihak kerajaan dalam menyelesaikan masalah perumahan tersebut. Dalam hal ini penggunaan retorik penerangan telah menyajikan sebuah tindakan yang disusun berdasarkan urutan untuk khalayak pembaca untuk tujuan membantu masyarakat. Dengan kata lain, penggunaan retorik penerangan telah memperlihatkan keprihatinan kerajaan dalam menyelesaikan masalah rakyat. Jadi, RLM3 telah memperlihatkan penggunaan retorik penerangan dalam laporan media bagi tujuan menyatakan jalan penyelesaian yang diambil oleh pihak kerajaan dalam usaha meningkatkan taraf hidup masyarakat. Seterusnya, penggunaan retorik penerangan juga dapat dilihat dalam laporan media LAUM4 yang berikut;

LAUM4 : Kerajaan akan memberi penerangan kepada rakyat mengenai kenaikan tarif elektrik dan tol sekiranya ia dilakukan, selain **menimbangkan usaha-usaha bagi membantu meringankan beban rakyat** yang terkesan dengan kenaikan tersebut.

Dalam LAUM4 penggunaan retorik penerangan terpancar pada "kenaikan tarif elektrik dan tol dan ...usaha-usaha bagi membantu meringankan beban rakyat...". Retorik penerangan digunakan dengan tujuan menunjukkan kerajaan berusaha memberi penerangan kepada rakyat serta untuk meyakinkan rakyat tentang tindakan kerajaan menaikkan tarif elektrik dan tol 'sekiranya ia dilakukan' sebagai satu tindakan yang tidak dapat dielakkan.

Dalam pada itu, laporan yang mengatakan, kerajaan 'menimbangkan usaha-usaha bagi membantu meringankan beban rakyat' memperlihatkan penggunaan retorik penerangan yang cuba memberikan penerangan yang jelas dan secara lebih terperinci kepada khalayak pembaca tentang tindakan kerajaan dalam mencari mekanisme berkesan untuk meringankan beban rakyat. Hal ini dilaporkan dalam ayat 'menimbangkan usaha-usaha bagi membantu meringankan beban rakyat yang terkesan dengan kenaikan tersebut' Frasa dan petikan ayat tersebut memperlihatkan satu penerangan serinci mungkin agar mesej jelas dan difahami oleh khalayak (Jeniri Amir, 2013).

Selain itu, penggunaan retorik penerangan dalam konteks laporan ini telah menunjukkan keperihatinan kerajaan bukan sahaja memberi penerangan tentang kenaikan tarif elektrik dan tol tetapi juga akan menimbang cara-cara meringankan beban rakyat. Frasa “usaha-usaha bagi membantu” telah menampakkan satu tindakan yang memancarkan kesungguhan daripada pihak kerajaan untuk memberi penerangan kepada rakyat dan berusaha mencari jalan mengatasi bebanan rakyat. Menurut Aristotle (1991), seni pidato politik selalunya mengambil berat tentang masa depan, iaitu perkara yang harus dilakukan dan tidak patut dilakukan. Dalam hal ini, pemimpin bukan sekadar menyampaikan ilmu atau maklumat sahaja, namun lebih jauh dan lebih utama adalah untuk dapat mengubah minda dan persepsi khalayak. Jadi, frasa ini jelas menunjukkan sikap daripada pihak kerajaan yang sentiasa cakna terhadap kebajikan dan keperluan rakyat.

Kesimpulannya, penggunaan retorik penerangan dalam laporan media yang berkaitan sosioekonomi masyarakat lebih memperlihatkan satu penjelasan oleh pihak kerajaan untuk menjelas dan memberikan kesan kepada khalayak, (Enos dan Brown, 1993) bagi meningkatkan keyakinan rakyat agar dapat menerima pembangunan sosioekonomi yang telah dirancang. Walaupun pelaksanaan yang dilakukan oleh kerajaan adakala membebakan rakyat, tetapi rakyat diyakini agar menerima perubahan tersebut bagi meningkatkan taraf hidup mereka.

5.3 Retorik Penghujahan

Retorik penghujahan (Argumentasi) adalah jenis retorik yang berusaha untuk mempengaruhi sikap dan pendapat pembaca agar para pembaca percaya atau yakin akan kebenaran objek yang dijadikan topik (Keraf Gorys, 1989). Retorik pemujukan bersifat membuktikan sesuatu kebenaran daripada sesuatu yang meragukan atau suatu pertentangan, melibatkan pujukan dalam pelbagai bentuk, (John Dryzek, 2010) dalam bentuk logo, etos, dan pathos. Pendek kata, penghujahan boleh melibatkan metafora yang jelas, tafsiran, kreatif bukti, namun tidak semua yang sesuai dengan kategori Aristotle.

Senada dengan itu, retorik penghujahan bertujuan untuk menunjukkan kebenaran atau kepalsuan sesuatu argumen. Untuk itu semakin banyak fakta yang dipergunakan, semakin kuat pula kebenaran dicapai. Retorik penghujahan adalah salah satu wacana retorik yang tradisional. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan data LAUM5 dan LASH6 yang berikut:

John Dryzek: “Rhetoric involves persuasion in the variety of its forms. For Aristotle, those forms were *logos*, *ethos*, and *pathos*: respectively, argument, the virtue of the speaker, and emotion. Rhetoric can also involve vivid metaphors, creative interpretation of evidence, arresting figures of speech, irony, humor, exaggeration, gestures, performance, and dramaturgy, not all of which fit neatly into the Aristotelian categories.” (2010)

Jadual 4: Penggunaan Retorik Penghujahan dalam Laporan Media

Bil	Retorik Penghujahan
LAUM5	Tambah keng Liang, syarikat konsesi lebuhraya juga tidak wajar terlalu mementingkan keuntungan dan mereka perlu menjalankan tanggungjawab sosial kepada rakyat .(16 Disember 2013, Utusan Malaysia)
LASH6	SPAD tidak meluluskan sebarang struktur tambang baru bagi industri rel. Bagaimanapun, SPAD kini sedang menjalankan kajian semula yang menyeluruh ke atas struktur tambang industri rel. (Sinar Harian, 12 Disember 2013).

LAUM5 menunjukkan penggunaan retorik penghujahan yang terpancar pada frasa “...tidak wajar terlalu mementingkan keuntungan...mereka perlu menjalankan tanggungjawab sosial kepada rakyat”. Argumen yang tidak menunjukkan kebenaran, yakni suatu argument yang memperlihatkan kepalsuan terpancar pada laporan, ‘tidak wajar terlalu mementingkan keuntungan’. Hal ini menunjukkan satu pemujukan rasional yang dilakukan oleh pihak kerajaan kepada syarikat konsesi lebuhraya agar memikirkan juga nasib rakyat yang terbeban dengan masalah ini daripada hanya melihat kepada keuntungan semata-mata. Argumen yang memperlihatkan pemujukan atau rayuan menjadikan suatu argument itu meyakinkan, (Enos dan Brown, 1993). Tambah pula, retorik penghujahan turut menggunakan satu atau gabungan tiga strategi ‘rayuan’ yang dikemukakan Aristotle, iaitu ethos, pathos dan logos.

LAUM5 turut memperlihatkan cara manusia menggunakan bahasa bagi menciptakan perubahan dalam kehidupan mereka (Gadamer 1992) selain meningkatkan pemahaman sosial melalui ungkapan retorik, (Enos dan Brown, 1993). Perkataan “tidak wajar” menunjukkan satu tegahan atau penegasan yang diluahkan oleh pengguna terhadap syarikat konsesi lebuhraya supaya tidak mementingkan keuntungan dengan melihat bebanan yang terpaksa dihadapi oleh pengguna. Seharusnya syarikat konsesi lebuhraya perlu menjalankan kajian secara terperinci dengan mengambil kira pandangan rakyat terhadap cadangan menaikkan kadar tol. Jadi, penggunaan retorik penghujahan dalam laporan media adalah penting supaya sesuatu maklumat yang disampaikan dapat diterima oleh pembaca.

Selain itu, retorik penghujahan juga dapat dilihat dalam kenyataan akhbar LASH6 yang berikut:

LASH6: SPAD tidak meluluskan sebarang struktur tambang baru bagi industri rel. Bagaimanapun, SPAD kini sedang menjalankan kajian semula yang menyeluruh ke atas struktur tambang industri rel.

Dalam RLM6, penggunaan retorik penghujahan terpancar pada frasa “SPAD tidak meluluskan sebarang struktur tambang baru...sedang menjalankan kajian semula yang menyeluruh...”. Frasa ini menampakkan satu penghujahan yang bertujuan untuk meyakinkan khalayak terhadap kewajaran sesuatu gagasan, dan seterusnya bersetuju dengan gagasan itu. Kaedah ini merupakan salah satu inisiatif daripada pihak kerajaan untuk meyakinkan dan memberi penjelasan kepada khalayak bahawa Suruhanjaya Perkhidmatan Awam Darat (SPAD) tidak meluluskan sebarang struktur baru dan pihaknya sedang meneliti semula secara menyeluruh tentang struktur tambang baru. Begitu juga pada frasa “.. SPAD tidak meluluskan sebarang struktur tambang baru, malah sedang menjalankan kajian semula yang menyeluruh terhadap struktur tambang industri rel” turut memperlihatkan elemen kebijaksanaan, kejelasan, kefasihan dan keadilan dalam memberi penjelasan hujah kepada khalayak. Apabila seseorang pendengar sudah diyakini bahawa seseorang pemidato itu berilmu, boleh dipercayai dan berniat melakukan kebaikan, mereka akan mempercayai apa sahaja yang diungkapkannya (Aristotle, 1991).

Oleh itu, jelas bahawa retorik penghujahan digunakan dalam laporan media sebagai salah satu cara untuk membawa pembangunan sosioekonomi yang lebih baik kepada masyarakat. Hal ini terpancar pada frasa “...tidak wajar terlalu mementingkan keuntungan ... mereka perlu menjalankan tanggungjawab sosial kepada rakyat” dalam LAUM5, dan “SPAD tidak meluluskan sebarang struktur tambang baru...sedang menjalankan kajian semula yang menyeluruh...” dalam LASH6.

5.4 Retorik Pendedahan

Retorik pendedahan (Eksposisi) adalah salah satu bentuk tulisan atau retorik yang berusaha untuk menerangkan dan menguraikan suatu perkara, yang dapat memperluas pandangan atau pengetahuan seseorang yang membaca huraian tersebut (Keraf, 1982: 3). Hal ini dapat dilihat dalam data LASH7, dan LAUM8 yang berikut:

Jadual 5: Penggunaan Retorik Pendedahan dalam Laporan Media

Bil	Retorik Pendedahan
LASH7	Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) tidak akan bertolak ansur dan akan mengambil tindakan tegas terhadap pembekal dan peniaga peralatan sekolah yang menaikkan harga barangan tersebut.(Sinar Harian, 31 Disember 2013).
LAUM8	Kerajaan sedang mengkaji dan meneliti kadar baharu tol lebuhraya supaya tidak memberi keuntungan yang munasabah kepada syarikat konsesi lebuhraya sehingga membebankan rakyat.(Utusan Malaysia, 22 Disember 2013).

Dalam LASH7, retorik pendedahan digunakan untuk menggesa masyarakat khususnya peniaga peralatan sekolah agar tidak sewenang-wenangnya menaikkan harga peralatan sekolah. Hal ini ditunjukkan pada frasa “...tidak akan bertolak ansur dan akan mengambil tindakan tegas terhadap pembekal dan peniaga ...” yang ditujukan kepada pembekal dan peniaga peralatan sekolah. Laporan tersebut menampakkan satu unsur penegasan atau amaran oleh pihak kerajaan yang mencetuskan kehairahan dan keupayaan untuk menggerakkan perhatian seseorang pembaca tatkala beliau sedang membaca sesuatu petikan (Encyclopedia Britannica 1970, jilid 14:300).

Frasa ‘tidak akan bertolak ansur dan akan mengambil tindakan tegas’ ini merupakan satu pendedahan tindakan yang menyebabkan atau menjadikan seseorang itu mengetahui atau memahami sesuatu. Retorik pendedahan ini untuk meningkatkan pemahaman khalayak (Enos dan Brown, 1993) akan tindakan KPDNKK yang tidak akan bertolak ansur terhadap pembekal dan peniaga peralatan sekolah yang menaikkan harga barangan tersebut. Hal ini sekali gus memerlukan pihak peniaga memikirkan juga kesusahan yang ditanggung oleh rakyat pada setiap kali musim persekolahan bermula terutama bagi golongan yang berpendapatan rendah.

Seterusnya, penggunaan retorik pendedahan dalam LAUM8, terpancar pada frasa “...sedang mengkaji dan meneliti kadar baharu tol lebuhraya ...”. Hal ini dapat dilihat dalam LAUM8 yang berikut:

LAUM8 : Kerajaan sedang mengkaji dan meneliti kadar baharu tol lebuhraya supaya tidak memberi keuntungan yang munasabah kepada syarikat konsesi lebuhraya sehingga membebankan rakyat.

Retorik pendedahan digunakan dalam laporan media LAUM8 untuk memberikan maklumat dan kefahaman kepada masyarakat berhubung isu kadar baharu tol. Penggunaan retorik pendedahan dalam laporan ini terpancar pada petikan “...sedang mengkaji dan meneliti kadar baharu tol lebuhraya...”. Petikan tersebut mendedahkan usaha yang dilakukan oleh kerajaan merupakan satu pendedahan yang membawa kepada pengetahuan umum kepada khalayak mengenai kenaikan harga tol. Kenyataan akhbar di atas menggunakan retorik pendedahan untuk meyakinkan rakyat (Enos dan Brown, 1993) dengan menerangkan bahawa kerajaan sedang mengkaji dan meneliti kadar baharu tol lebuhraya supaya kenaikan kadar baharu nanti tidak membebankan rakyat. Ini menunjukkan cara pengucap menggunakan bahasa bagi mempengaruhi kepercayaan dan dasar masyarakat (Jarratt, 1991). Sememangnya rakyat mengetahui pelaksanaan yang dilakukan oleh kerajaan mengenai kutipan tol adalah perlu bagi membayar balik pinjaman kerajaan kepada Syarikat Konsesi Lebuhraya selain untuk menampung pemuliharaan lebuhraya yang sedia ada.

Kesimpulannya, penggunaan retorik pendedahan dalam laporan media adalah untuk menghuraikan dan mendedahkan sesuatu perkara atau idea secara lebih terperinci dan jelas supaya masyarakat lebih mengetahui atau memahami perkara yang diperkatakan (Enos dan Brown, 1993) seperti yang diungkapkan dalam LASH7 dan dalam LAUM8.

5.5 Retorik Pemerian

Retorik pemerian (deskripsi) melibatkan pengolahan idea atau fakta secara jelas, terperinci dan tepat dengan tujuan dapat difahami oleh pembaca atau khalayak pendengar dan secara tidak langsung seakan dapat mengalaminya sendiri tentang objek atau perkara yang dibicarakan. Dengan kata lain, retorik pemerian bersifat menggambarkan atau melukiskan suatu hal, keadaan, tempat, peristiwa, atau tingkah laku seseorang dengan cara sejelas-jelasnya, sehingga pembaca seakan-akan melihat sendiri hal yang digambarkan (Keraf Gorys, 1989). Hal ini dapat dilihat dalam data LASH9 dan LASH10 yang berikut:

Jadual 6: Penggunaan Retorik Pemerian dalam Laporan Media

Bil	Retorik Pemerian
LASH9	Kenaikan kadar tol dijangka tahun depan, dilihat menjadi pelengkap pakej penderaan terhadap rakyat. (Sinar Harian, 16 Disember 2013).
LASH10	Pelaksanaan cukai barangan dan perkhidmatan (GST) bakal dilaksanakan pada April 2015 tidak akan menjadikan rakyat miskin. (Sinar Harian, 30 November 2013).

Dalam LASH9, retorik pemerian terlihat pada petikan, “kenaikan kadar tol...menjadi pelengkap pakej penderaan terhadap rakyat”. Laporan media ini memperlihatkan peranan aksioma yang mana kenyataan atau cadangan yang dikemukakan ternyata benar dan tidak boleh dipersoalkan, sungguhpun masalah dan bebanan daripada kenaikan kadar tol pada tahun depan akan dihadapi oleh rakyat. Tegasnya, petikan, ‘kenaikan kadar tol menjadi **pelengkap pakej penderaan terhadap rakyat**’ merupakan satu pemerian yang mendedahkan kebenaran

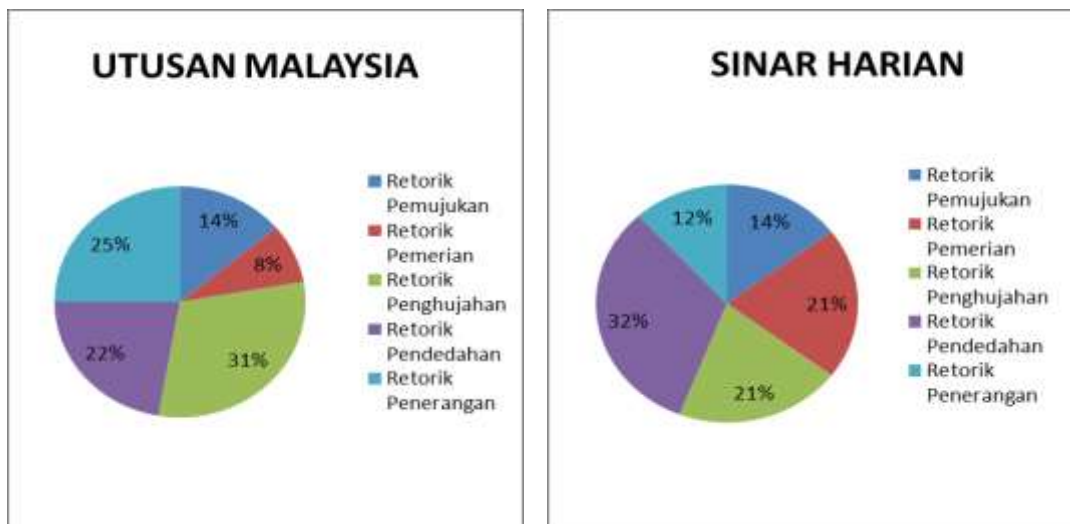
kepada orang awam (Weaver, 1953). Walaupun retorik pemerian ini tidak menggambarkan sepenuh realiti, sebaliknya mempunyai kelainan dan penyimpangan dari sudut makna, (Enos dan Brown, 1993) tetapi penggunaan retorik pemerian dalam konteks ini adalah untuk meyakinkan rakyat bahawa agenda ini adalah realiti yang akan ditempuhi mereka nanti, (Itzhak Gilboa, 2012). Pendek kata, penggunaan retorik pemerian dalam LASH9 adalah untuk menyajikan tujuan atau mesej kepada rakyat agar mereka dapat memahami situasi yang berlaku, dan membuat penghakiman serta mencari 'hak' mereka dalam agenda yang dilaksanakan oleh kerajaan. Tambah pula, bebanan dan tekanan kesan daripada kenaikan kadar tol terhadap kehidupan rakyat terutama yang berpendapatan rendah adalah sebahagian daripada realiti yang akan ditempuhi.

Selanjutnya, LASH10 juga turut menunjukkan penggunaan retorik pemerian dalam laporan media berkaitan GST (*Goods and Service Tax*/ cukai barangan dan perkhidmatan).

LASH10: Pelaksanaan cukai barangan dan perkhidmatan (GST) bakal dilaksanakan pada April 2015 tidak akan menjadikan rakyat miskin.

Dalam laporan media LASH10, ungkapan retorik pemerian terpancar pada "...GST bakal dilaksanakan pada April 2015...". Petikan ungkapan tersebut merupakan satu pemerian tentang pelaksanaan GST oleh pihak kerajaan yang akan menjadi satu realiti. Selain untuk memberi keterangan kepada rakyat tentang pelaksanaan GST laporan media turut menggunakan retorik pemerian untuk meyakini rakyat bahawa pelaksanaan GST yang bakal dilaksanakan tidak akan membebankan rakyat dengan menggunakan bahasa retorik 'menjadikan rakyat miskin'. Penggunaan retorik dalam konteks ini adalah sebagai seni untuk meyakinkan satu sama lain kerana seni retorik bukan setakat untuk memenangi perdebatan tetapi benar-benar untuk meyakini khalayak pembaca atau audiens, (Itzhak Gilboa, 2012). Hal ini sejajar dengan tindakan kerajaan yang terlebih dahulu telah membuat kajian sebelum melaksanakan GST (Datuk Seri Mohd. Shafie Apdal, 2009), berdasarkan kedudukan ekonomi negara. Dalam hal ini retorik pemerian digunakan dalam laporan akhbar menggunakan rayuan patos untuk memanipulasikan emosi pendengar bagi menerima sesuatu yang dilaksanakan (Weaver, 1953) demi memenuhi agenda kerajaan.

Tegasnya, retorik pemerian digunakan dalam laporan media untuk menyampaikan maklumat secara jelas, terperinci dan tepat, di samping memberikan keterangan kepada rakyat dengan tujuan pembaca atau khalayak pendengar dapat memahami dan menerima perancangan kerajaan untuk pembangunan sosioekonomi masyarakat. Hal ini terserlah pada petikan "kenaikan kadar tol...menjadi pelengkap pakej penderaan terhadap rakyat", dan "...Pelaksanaan cukai barangan dan perkhidmatan (GST) tidak akan menjadikan rakyat miskin ...". Hal ini sekali gus memperlihatkan strategi retorik digunakan dalam laporan media dengan tujuan untuk membawa rakyat ke arah pembangunan sosioekonomi sebasgai sebahagian daripada agenda kerajaan.



Sebagai rumusan, didapati kelima-lima jenis retorik telah digunakan dalam laporan media sebagai salah satu cara untuk menyampaikan maklumat tentang pembangunan sosioekonomi masyarakat sekali gus meyakinkan masyarakat tentang pembangunan yang telah direncanakan oleh kerajaan. Daripada kelima-lima jenis retorik, retorik penghujahan (31%) paling banyak digunakan dalam laporan akhbar *Utusan Malaysia* dari bulan September hingga Disember 2013, diikuti oleh retorik penerangan (25%), retorik pendedahan (22%), retorik pemujukan (14%) dan retorik pemerian (8%) seperti yang tergambar dalam Jadual 1. Hal ini bersesuaian kerana retorik penghujahan memasukkan elemen-elemen seperti pemujukan yang bersifat rasional dengan bukti-bukti yang konkrit dan jelas.

Manakala dalam laporan akhbar *Sinar Harian*, dari bulan September hingga Disember 2013, pengkaji mendapati retorik pendedahan (32%) paling banyak digunakan, diikuti oleh retorik penghujahan dan pemerian (21%), retorik pemujukan (14%), dan retorik penerangan (12%) seperti yang tergambar dalam Jadual 1.

Penggunaan tiga jenis retorik yang utama, iaitu retorik pendedahan, retorik penghujahan dan retorik penerangan didapati sesuai dengan peranan retorik dalam menggerakkan pembangunan sosioekonomi masyarakat. Hal ini sejajar dengan sumbangan retorik kepada ilmu ekonomi, iaitu memperbaiki mutu persembahan sesebuah wacana ekonomi dari segi kejelasan dan fakta-fakta (Donald M. McCloskey, 1986) yang dipersembahkan untuk pengetahuan khalayak. Tambah pula, Aristotle menegaskan bahawa retorik digunakan untuk mengenal pasti bahagian yang membolehkan satu cara pemujukan dilakukan bagi mempengaruhi minda khalayak pembaca dan pendengar dan seterusnya mempercayai sesuatu, (Paramaswari Jaganathan, Siti Waltraud Mayr dan Florence Kannu Nagaratnam, 2014). Dalam hal ini, penggunaan retorik telah dimanfaatkan oleh pihak media dalam melaporkan agenda pembangunan sosioekonomi masyarakat.

6. Implikasi Kajian

Daripada kajian ini, jelas menunjukkan bahawa retorik ialah seni penggunaan bahasa dan gaya untuk menyampaikan mesej kepada khalayak pembaca melalui pemakaian bahasa yang halus yang boleh membawa kepada perubahan sosioekonomi untuk memberikan faedah kepada masyarakat dan negara.

Laporan media merupakan salah satu komunikasi. Salah satu matlamat komunikasi adalah untuk memberikan pemahaman dan kepercayaan terhadap mesej yang disampaikan dalam penulisan dan lisan. Senada dengan itu, retorik sebagai seni berbahasa berperanan mencapai matlamat tersebut melalui rayuan ethos, pathos dan logos agar khalayak pembaca dan pendengar dapat meningkatkan pemahaman dan kepercayaan mereka terhadap sesuatu yang disampaikan.

Penguasaan dalam bidang retorik membantu seseorang menghasilkan satu pengucapan lisan dan penulisan yang bertenaga, kreatif dan mempunyai nilai estetika. Justeru, pendidikan retorik perlu diajarkan kepada pelajar untuk meningkatkan keyakinan, pemahaman dan kebolehan individu dalam mana-mana aktiviti pengucapan lisan dan penulisan termasuk dalam bidang perniagaan, politik, pengamal undang-undang dan sebagainya.

Selain itu, penguasaan seni retorik dapat dijadikan alat untuk membentuk dan membina karakter bangsa. Hanya kata-kata yang baik dan menarik serta disenangi sahaja dapat mengubah minda atau mengajak anak bangsa supaya berubah ke arah kebaikan dalam apa-apa sahaja urusan hidup dalam kehidupan mereka. Melalui perubahan yang holistik, sesuatu bangsa itu dapat dibangunkan sesuai dengan usaha negara untuk menyahut pelbagai cabaran dalam abad ke-21. Tegasnya retorik dapat membantu pembangunan karakter bangsa selain menyerlahkan kebijaksanaan seseorang dalam menggunakan retorik untuk meyakini seseorang. Malahan seni retorik ini didapati memberi kepentingan kepada khalayak dalam bidang sosial, ekonomi dan politik negara. Penggunaan seni retorik dalam pengucapan lisan dan penulisan dapat mengekalkan warisan seni bertutur yang memancarkan nilai etika dan estetik.

7. Kesimpulan

Kesimpulannya, retorik boleh diklasifikasikan sebagai seni berbahasa atau amalan memujuk melalui sistem simbol dalam bahasa. Retorik juga akan berfungsi untuk menyelaraskan tindakan sosial dengan cara mempengaruhi pilihan manusia. Tindakan segera ini akan membentuk perubahan dalam diri seseorang individu. Oleh itu, retorik berbentuk penulisan dimanfaatkan dalam laporan media sebagai proses memujuk yang mengharapkan perubahan dan tindakan daripada khalayak.

Sementara itu, retorik memainkan peranan penting dalam menentukan keberkesanan sesuatu laporan media dalam penyampaian sesuatu mesej kepada khalayak umum. Daripada kelima-lima jenis retorik yang digunakan dalam kedua-dua laporan akhbar *Utusan Malaysia* dan *Sinar Harian*, didapati retorik paling banyak digunakan ialah retorik pendedahan (27%), diikuti oleh retorik penghujahan (26%), retorik penerangan (19%), retorik pemujukan (14%) dan retorik pemerian (14%). Penggunaan tiga jenis retorik yang utama, iaitu retorik pendedahan, retorik penghujahan dan retorik penerangan didapati sesuai dengan peranan retorik dalam menggerakkan pembangunan sosioekonomi masyarakat. Sejajar dengan itu pemahaman seni retorik sangat penting untuk seseorang itu memahami fakta yang disampaikan dalam laporan media. Laporan media yang menggunakan strategi retorik akan dapat mempengaruhi persepsi atau tanggapan seseorang selain dapat menembusi khalayak masyarakat menerusi laporan yang mengandungi oleh nilai-nilai keindahan dalam berbahasa. Malahan tidak keterlaluan jika dikatakan bahawa laporan sesuatu media yang menerapkan penggunaan retorik sering dianggap sebagai sumber makna yang dapat memikat dan memujuk khalayak masyarakat untuk memahami, meyakini dan menerima sesuatu yang dilaporkan itu.

Rujukan

- Andrews, James R. (1983). *The Practice of Rhetorical Criticism*. New York: Macmillan.
- Apostel, L. (1971), Assertion logic and a theory of argumentation. *Philosophy and Rhetoric* 4, 92-110.
- Abdul Mua'ti @ Zamri Ahmad. (2007). *Pemikiran Tun Dr. Mahathir Mohamed*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Abdullah Hussain. (1983). *Masuk Ke Dalam Cahaya*, Kuala Terengganu: Yayasan Islam Terengganu.
- Aristotle. 1959. *The art of rhetoric*. Terj. John Henry Freese. London : William Heinemann Ltd.
- Aristotle, (1991). *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*. Translated by George A. Kennedy. New York: Oxford University Press.
- Adler, Ronald B. dan Rodman, George 2000. *Understanding Human Communication* Edisi-7. New York: Harcourt College Publishers.
- Anton Moeliono (1989). *Kembara Bahasa, Kumpulan Karangan Tersebar*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.
- Brooks, C., & Warren, R. P. (1979). *Rhetoric Modern* (4th ed.). San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, Publishers.
- Benton, William, (1970). *Encyclopedia Britannica* (Vol. 19). London: Chicago Publisher.
- Bernard, H.R. (2002). *Research Methods in Anthropology: Qualitative and quantitative methods. 3rd edition*. California : AltaMira Press ,Walnut Creek,.
- Campbell, G., (2001). *Some Definitions of Rhetoric*. Stamford: Stamford University Press.
- Choong, K. F. (2002). Analisis strategi retorik Sultan Omar Ali Saifuddin III tentang isu perlembagaan negeri Brunei dan Rancangan Malaysia, 1959-2431963. Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Cope, Edward Meredith. (1867). *An Introduction to Aristotle's Rhetoric*. Cambridge: Cambridge University Press)
- Corbett, Edward P.J., (1971). *Classical Rhetoric For The Modern Student*. Edisi 2. New York: Oxford University Press.
- Enos T, Brown S.C., (1993). *Defining the New Rhetorics*. New York: Sage Publications
- Economic Rhetoric. "International Encyclopedia of the Social Sciences, (2008). Diakses pada 8 Mei 2016 dari Encyclopedia.com: <http://www.encyclopedia.com/doc/1G2-045300668.html>
- Faridah Ibrahim et.all.(2012) Bahasa Komunikasi Visual Dan Pengantaraan Produk: Satu Analisis Semiotik. GEMA Online™ Journal of Language Studies Volume 12(1), 257- 273.
- Fadilah Isnin. (2002). Retorik Lagu Melayu Dakwah: Analisis retorik paling luas. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya: Kuala Lumpur.
- Frey, L., Botan, C., & Krepes, G. (1999). *Investigating communication: An introduction to research methods*. (2nd ed.) Boston: Allyn & Bacon.
- Garrison, R. (2000). Theoretical challenges for distance education in the 21st Century: Ashif from structural to transactional issues. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 1(1), June, 1-17
- Garver, Eugene, (2009). Aristotle on the Kinds of Rhetoric. *Rhetorica: A Journal of the History of Rhetoric*, Vol. 27 No. 1, Winter 2009; (pp. 1-18).
- Gadamer, H., 1992. *Reason in the Age of Science*. Cambridge: MIT Press.

- GST Tidak Membebankan. Utusan Online, 18 Dis 2009. Diakses dari <http://www1.utusan.com.my/utusan/info.asp>.
- Hauser, Gerald A. (2002). *Introduction to Rhetorical Theory*. Long Grove, Illinois: Waveland Press Inc.
- Hunt, Gary T. (1992). *Perucapan Umum (Public Speaking)*. Diterjemahkan oleh Asiah Sarji dan Mohd Nordin Sarji. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Idris Aman, Norsimah Mat Awal dan Mohammad Fadzeli Jaafar. (2014) Strategi Wacana Teks Akademik Sains dan Teknologi. *GEMA Online® Journal of Language Studies*. Volume 14(1), hlm. 189-202
- Itzhak Gilboa (2012). "Rhetoric in Economics" Dimuat turun pada 7 Mac dari <http://www.paristechreview.com/2012/12/03/rhetoric-in-economics/>
- Jeniri Amir. (2007, Januari). Strategi retorik Susilo Bambang Yudhoyono. *Dewan Bahasa*, 7(1), 14-17.
- Jarratt, S. (1991). *Re-Reading the Sophists*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Keraf Gorys, (1989), *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.
- Keraf Gorys, (1989), *Deskripsi dan Eksposisi*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.
- Keraf Gorys (2007), *Diksi dan Gaya Bahasa*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Lanham, Richard A., (1991). *A Handlist of Rhetorical Terms*, Los Angeles: University of California Press.
- Martin N Marshall. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice - An International Journal*. Vol. 13, No. 6
- Muhammad Mazlan Abu Bakar, Zaitul Azma Zainon Hamzah dan Hashim Musa. (2015). Retorik Pembangunan Sosioekonomi Masyarakat Dalam Laporan Media. *Hakikat Bahasa*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia.
- Musa Abu Hassan. (2004, November). Persaingan Stesen Televisyen Siapakah yang Untung? *Dewan Masyarakat*, 46(11), 8-10.
- McCloskey, Donald M. (1986). *The Rhetoric of Economics*. Sussex, England and Wisconsin, U.S.A.: The Harvester Publishing Group.
- Noor Husna bt Abd. Razak. (2011). Retorik Dalam Iklan Produk Kesihatan, *Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi* : Universiti Putra Malaysia.
- Nik Hassan Basri Nik Ab. Kadir. (2005a). *Citra Komsas*, Tanjung Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Nora Aziz. (2004). Retorik novel Shit: Analisis retorik paling luas. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- OA Rhetoric, Economics, and the Definition of "Research" Dimuat turun pada 23 Mac 2016 dari <https://scholarlykitchen.sspnet.org/2011/09/07/oa-rhetoric-economics-and-the-definition-of-research/>
- Paramaswari Jaganathan, Siti Waltraud Mayr dan Florence Kannu Nagaratnam. (2014) Rhetorical Syllogism in the English and the German Language of Automobile Advertising. *GEMA Online® Journal of Language Studies*. Volume 14(1), pg 151-169.
- Phelan, J. (1996). *Narrative as rhetoric technique, audiences, ethics, ideology*. Ohio: Ohio State University Press.
- Philip Mirowski. (1990). *The rhetoric of modern economics*. *History Of The Human Sciences*. Vol. 3 No. 2
- Rosni Samah et.al, (2013). Aktiviti Pengajaran Kemahiran Bertutur Bahasa Arab Dalam Kalangan Jurulatih Debat. *GEMA Online® Journal of Language Studies*. Volume 13(2), 99-116
- Sobariah Baharum. (2008). Retorik dalam Novel-novel Abdullah Hussain, *Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi* : Universiti Putra Malaysia.
- Siti Aisha Ahmat Yusop, (2004). Retorik Gaya Ceramah Motivasi: Analisis Retorik Paling Luas. *Universiti Malaya: Penulisan Ilmiah*.
- Weaver, R. (1953). *The Ethics of Rhetoric*. Chicago. Regnery.
- Zoriati Osman. (2005). Retorik Pujukan : Kajian Kes Ceramah Haji Hadi Awang . Thesis Master, Universiti Malaya.