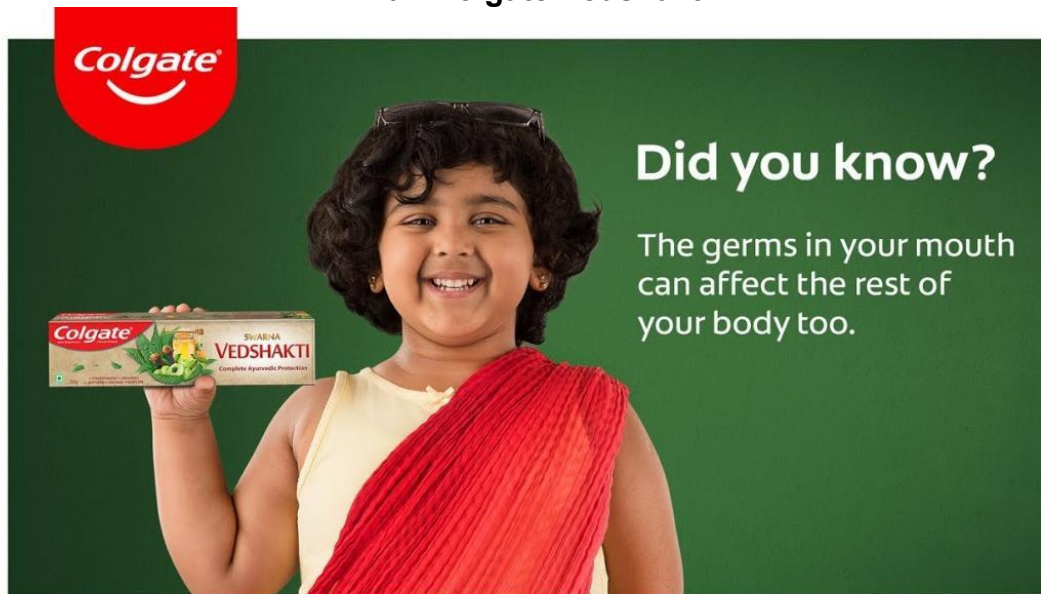


Nama: Nurin Farzanah Binti Mohd Hilmi
No.Matrik: A20EC0122
Kumpulan 5

Iklan Colgate Vedshakti



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=-vOLA5cYhIs>

Ulasan ringkas:

- Iklan menunjukkan bahawa mulut adalah pintu masuk kepada makanan.
- Mulut yang kotor boleh meningkatkan kemungkinan bakteria masuk ke dalam badan.
- Maka, badan akan mengalami komplikasi kesihatan.
- Colgate Vedshakti bukan sahaja mampu membersihkan mulut, malah dapat meningkatkan kesihatan mulut dan kesihatan diri secara menyeluruh.
- Iklan menggunakan kanak-kanak untuk menjelaskan fakta sains secara am dan ringkas.

Jenis-jenis falasi yang terdapat dalam iklan:

1. *Scare tactic* – Iklan tersebut membuat klaim yang boleh menakutkan masyarakat bahawa kesihatan mulut yang tidak diberus sebelum sarapan mampu memberi efek kesihatan yang buruk.
2. *Appeal to emotion* – Iklan memanipulasi emosi orang ramai untuk meraih perhatian bagi menguatkan argumen. Bakteria pada mulut yang kotor dan akan masuk ke dalam badan adalah dikira menjijikkan.
3. *Cherry-picking* – Memilih bukti yang menyokong iklan dan mengabaikan bukti yang tidak menyokong iklan tersebut. Orang ramai mempunyai kecenderungan untuk memilih bukti yang sesuai dengan apa yang sudah kita percayai.
4. *False dilemma* – Iklan menghadkan pilihan kepada Colgate Vedshakti sahaja dan tidak menimbangkan pilihan lain yang mempunyai potensi untuk menyelesaikan masalah tersebut.

