­­­­­­­­­­­

UHIS1022- FALSAFAH DAN ISU SEMASA

ULASAN:

FALASI IKLAN

SECTION : 72 – 1SECRH

NAMA : CHA ZHI YE

NAMA PENSYARAH : PROFESOR MADYA DR.BUSHRAH BINTI BASIRON

**Pengenalan Falasi Iklan**

 Falasi adalah suatu kenyataan tidak logik atau retorik yang membawa kepada kefahaman yang tersasar daripada apa yang sepatutnya, atau bercanggah daripada apa yang sebenarnya telah berlaku yang membawa kepada timbulnya kenyataan tersebut. Falasi berlaku apabila kesilapan seseorang dalam mengeluarkan sesuatu kenyataan, atau secara sengaja dengan tujuan untuk mengelirukan orang lain dalam perbincangan sesuatu perkara. Manakala kata "iklan" meminjam [Bahasa Arab](https://ms.wikipedia.org/wiki/Bahasa_Arab), *i`lān* yang bermaksud "menjadi sesuatu diketahui umum". Iklan merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan barangan, perkhidmatan, peluang pekerjaan dan maklumat kepada yang orang ramai ataupun kumpulan sasaran. Jelasnya, falasi iklan merupakan advertensi yang mempamerkan sesuatu yang tidak logik sehingga boleh menimbulkan kefahaman yang salah oleh orang ramai.

 Pada era globalisasi ini, boleh dikatakan bahawa semua orang di dunia telah mempunyai gajet teknologi seperti telefon bimbit, computer, dan television. Hal ini membolehkan media massa untuk mempamirkan iklan atau advertensi tentang pelbagai barangan. Malangnya, falasi iklan sering berlaku untuk menarik perhatian orang ramai. Padahal, ilklan-iklan tersebut telah mengelirukan orang yang tidak mempunyai ilmu dalam bidang tersebut, terutamanya kanak-kanak. Seterusnya, kanak-kanak yang mempunyai rasa ingin tahu akan meminta ibu bapa mereka untuk membeli barang itu. Pada pendapat saya, ramai ibu bapa telah menghadapi perkara seperti ini. Untuk penerangan yang lebih jelas, saya akan memberi satu contoh yang didapati dalam *YouTube* .

**Contoh Falasi Iklan**

<https://www.youtube.com/watch?v=pfvq2Gf6UE8>

 Pada permulaan video, seekor zebra membawa bag dan bermula untuk bersolek dan meminum *Red Bull*. Seekor buaya mendapati zebra itu dan sedia untuk memburunya. Seterusnya, zebra itu masuk ke dalam sungai dan buaya terus menggigit leher zebra itu. Namun, zebra itu melepaskan diri dan keluar dari sungai dengan bag buaya yang baharu.

 Iklan ini ingin menyampaikan bahawa orang yang meminum *Red Bull* akan menjadi sangat kuat dan semangat. Namun, cara penyampaiannya dengan kartun yang amat tidak berlogik. Pertama sekali, zebra dan buaya tidak mampu berjalan dengan dua kaki sahaja. Haiwan juga tidak akan bersolek. Selain itu, walaupun telah minum *Red Bull*, tidak mungkin seekor zebra boleh membunuh buaya dan membuat bag dengan kulitnya dalam beberapa saat. Di samping itu, zebra hidup secara berkelompok. Pada mula iklan tersebut, terdapat satu kelompok zebra dan satu kelompok kijang. Namun, hanya zebra itu yang keseorangan sahaja dan jauh daripada kelompoknya. Oleh itu, iklan ini akan menyalahfahamkan orang ramai.