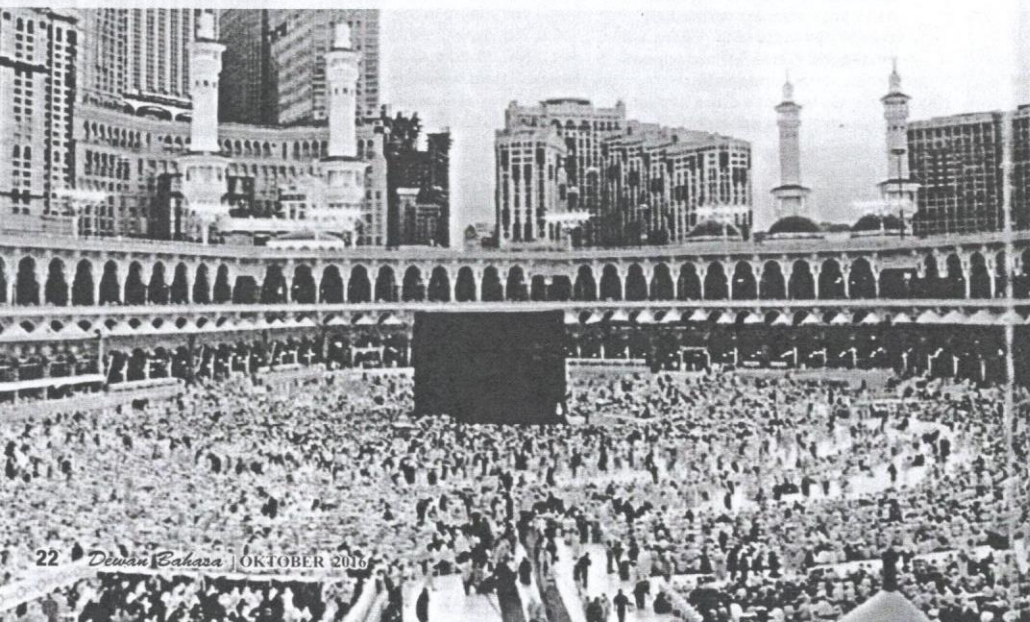




Bahasa Melayu di Tanah Suci

Dalam bahasa pertuturan, kedua-dua varian, iaitu bahasa Melayu varian Indonesia dan bahasa Melayu varian Malaysia digunakan oleh peniaga setempat apabila berusaha menarik perhatian atau melayan pelanggan dari alam Melayu. Aspek yang tampak lebih dominan ialah aspek morfologi atau penggunaan kata. Keadaan itu berlaku kerana komunikasi lebih terarah pada penyampaian mesej perniagaan yang dalam kebanyakan situasi tidak memerlukan penggunaan ayat dan cukup dengan penggunaan kata.



Di Tanah suci Makkah dan Madinah, bahasa Melayu merupakan satu daripada lima bahasa rasmi yang digunakan di paparan tempat awam, misalnya sebagai bahasa penunjuk arah, maklumat sejarah, dan tempat keperluan jemaah haji dan umrah. Bahasa lain yang utama semestinya bahasa Arab, diikuti oleh bahasa Turki, Urdu dan Inggeris. Penggunaan bahasa Melayu sebagai salah satu bahasa rasmi di paparan tempat awam di tanah suci berasaskan dua faktor utama. Yang pertama ialah faktor jumlah jemaah haji dan umrah yang agak besar dari alam Melayu (Malaysia, Indonesia, Brunei Darussalam, Singapura dan Thailand) dan oleh itu memerlukan penyampaian maklumat dalam bahasa jemaah yang berbahasa Melayu. Bahkan, sesudah bahasa Arab, bahasa Melayu ialah bahasa kedua terbesar bagi penganut agama Islam.

Yang kedua, dari segi sejarah, bahasa Melayu telah dikenal lama oleh dunia Arab dengan panggilan *al-Jawah* bagi umat yang datang dari alam Melayu. *Al-Jawah* merujuk bangsa Jawa yang pada satu waktu dahulu dianggap bangsa yang dominan di alam Melayu, mungkin berdasarkan fakta bahawa sebelum tamadun Melayu cukup meyerlah, memang tamadun Jawalah yang lebih awal mekar di sebahagian alam Melayu, khususnya di wilayah yang kemudian menjadi negara Indonesia. Daripada nama asal itu, timbul istilah *bangsa Jawi* yang meliputi semua bangsa di alam Melayu, iaitu bangsa yang menerima agama Islam dan menggunakan tulisan yang diasaskan pada tulisan Arab. Dalam kalangan bangsa Jawi itu, ada pula Jawi peranakan, iaitu orang Melayu yang lahir daripada perkahwinan campur orang

setempat di alam Melayu dengan orang Arab atau India Islam.

Makalah ini memaparkan dua konteks penggunaan bahasa Melayu dalam kalangan pihak berkuasa dan penduduk setempat di kedua-dua tanah suci. Pertama, bahasa Melayu dalam konteks rasmi, iaitu bahasa Melayu di paparan tempat awam untuk penyampaian maklumat kepada jemaah haji dan umrah yang digunakan oleh pihak berkuasa Arab Saudi. Kedua, bahasa Melayu dalam konteks tidak rasmi, iaitu pertuturan seharian dalam kalangan penduduk setempat, khususnya dalam ranah perniagaan atau jual beli, salah satu kegiatan kebanyakan jemaah haji dan umrah di sela-sela pelaksanaan ibadah khusus di tanah suci.

Dalam konteks bahasa rasmi, bahasa Melayu varian Indonesia tampaknya lebih ketara berbanding dengan bahasa Melayu varian Malaysia. Bahasa Melayu varian Malaysia lebih banyak digunakan dengan penduduk setempat dalam pertuturan sehari-hari, khususnya dalam interaksi jual beli. Pada tahun 1980, ketika saya kali pertama ke tanah suci, di sana sini di sekitar Masjidil Haram dan Masjid Nabi terpapar kata kakus yang bererti tandas, iaitu kata yang luas penggunaannya di Indonesia.

Di bawah ini dipaparkan dua keping gambar yang memperlihatkan bahasa Melayu yang digunakan pada paparan di tempat awam.

Antara ciri varian bahasa Indonesia yang dapat diperhatikan pada contoh di atas termasuklah:

1. Penggunaan frasa *saling mendorong* bagi maksud saling bertolakan.
2. Penggunaan ejaan kata *shalat* bagi *solat*.

Dalam bahasa pertuturan, kedua-dua varian, iaitu bahasa Melayu varian Indonesia dan bahasa Melayu varian Malaysia digunakan oleh peniaga setempat apabila berusaha menarik perhatian atau melayan pelanggan dari alam Melayu. Aspek yang tampak lebih dominan ialah



aspek morfologi atau penggunaan kata. Keadaan itu berlaku kerana komunikasi lebih terarah pada penyampaian mesej perniagaan yang dalam kebanyakan situasi tidak memerlukan penggunaan ayat dan cukup dengan penggunaan kata.

Beberapa aspek morfologi yang menandai penggunaan bahasa

Melayu dalam pertuturan setempat, khususnya dalam kegiatan jual beli meliputi aspek penggunaan kata ganti diri, kata bilangan dan penjodoh bilangan, kata silaen, kata adjektif, dan kata tanya.

Kata ganti diri yang cukup dominan ialah yang merupakan sapaan peniaga kepada pelanggan dari alam Melayu. Kepada

pelanggan lelaki, sapaan yang paling luas penggunaannya ialah *haji* dan kepada pelanggan perempuan *hujjah*. Tidak pernah kedengaran, setakat yang saya perhatikan, penggunaan sapaan seperti *tuan, puan, encik, cik, saudara* dan yang lain. Namun, ada peniaga yang menggunakan sapaan *pak* dan *ibu* kepada pelanggan dari Indonesia atau yang dianggapnya dari Indonesia.

Aspek kedua ialah kata bilangan. Kata bilangan yang paling luas penggunaannya ialah kata bilangan ordinal, dari angka satu hingga angka ratus dan ribu. Luasnya penggunaan kata bilangan ordinal disebabkan interaksi antara peniaga dengan pelanggan berkaitan dengan jumlah barang dan harga. Kata bilangan itu disertai nilai mata wang, iaitu *rial* untuk harga dalam nilai mata wang Arab Saudi, *ringgit* bagi bahasa Melayu varian Malaysia dan *rupiah* bagi bahasa Melayu varian Indonesia apabila urusan niaga menggunakan wang ringgit Malaysia dan wang rupiah.

Kata bilangan jenis yang lain, iaitu kata bilangan tingkat (*pertama, kedua, ketiga* dan yang lain), kata bilangan pisahan (seperti *tiap-tiap* atau *setiap*), kata bilangan himpunan (*kedua-dua*) dan kata bilangan tidak tentu (seperti *beberapa, sebahagian*) tidak kedengaran penggunaannya. Namun, kata bilangan tidak tentu

kata penjodoh bilangan yang salah, iaitu *biji* kepada helai bagi sejadah. Mungkin penggunaan kata penjodoh bilangan *biji* itu diperolehnya daripada jemaah haji atau umrah dari Malaysia yang memang dalam penggunaan bahasa sehari-hari ada yang menggunakan kata penjodoh bilangan itu.

Selanjutnya, kata tanya yang meluas digunakan ialah kata berapa yang merujuk pertanyaan tentang jumlah barang yang hendak dibeli dan harga yang disetujui oleh pelanggan. Kata tanya yang lain ialah *apa* yang menanyakan sesuatu, sementara kata tanya lain yang menanyakan manusia, iaitu "siapa", kata tanya cara, iaitu "bagaimana", kata tanya sebab, iaitu

"mengapa" atau "kenapa" tidak kedara penggunaannya.

Aspek morfologi yang cukup menonjol dalam penggunaan bahasa peniaga di tanah suci ialah kata silaen yang diwakili oleh kata *mari, masuk, tengok, lihat* yang sering kali diulang-ulang untuk menarik perhatian pelanggan.

Kata lain yang digunakan sebagai strategi perniagaan ialah kata adjektif yang berkaitan dengan sifat positif atau baik tentang barang jualan. Contohnya ialah *baik, bagus, murah, baru, cantik, comel*. Kata adjektif lain yang digunakan untuk memantapkan hati pelanggan ialah *ganteng* yang berasal daripada kata dalam bahasa Jawa yang bererti tampan

(bagi lelaki). Yang lain ialah kata adjektif umum yang menunjukkan saiz seperti *kecil* dan *besar* dan kata adjektif yang menunjukkan persamaan, iaitu *sama*.

Dalam hal sintaksis, penggunaan bahasa Melayu oleh peniaga setempat di tanah suci ditandai oleh ayat mudah, iaitu ayat tunggal yang sangat jarang disertai unsur adjung atau keterangan ayat, baik keterangan dalam bentuk frasa mahupun klausa. Antara ayat yang lazim diujarkan oleh peniaga setempat di tanah suci dalam jual beli termasuklah:

1. Ini bagus.
2. Ini murah.
3. Ini cantik.
4. Ini pun baru (baharu).
5. 20 riyal murah.
6. Ini sudah murah.
7. Semua ada.
8. Semua bagus.

Dalam dialog jual beli, selain bercakap tentang barang jualan dan harga, peniaga sering kali juga bertanya tentang negara asal pelanggan. Gerak balas daripada penjelasan pelanggan dari Malaysia biasanya diungkapkan dalam ayat tunggal seperti:

1. Malaysia bagus.
2. Malaysia cantik.
3. Mahathir bagus.

Selain ayat penyata, ayat Tanya yang mudah turut diujarkan, misalnya:

1. Mana mahu?
2. Apa saiz?
3. Ini boleh?
4. Mahu warna apa?

Oleh sebab yang dititikberatkan hanya jual beli biasa, bukan urusan niaga yang canggih, ayat yang diujarkan cukup ringkas dan sederhana. Selain ayat tunggal, bahasa Melayu pertuturan dalam kalangan peniaga setempat di

tanah suci turut ditandai oleh ayat penggalan (elipsis) yang digugurkan unsur tertentu dalam ayat, sama ada subjek, predikat atau unsur sintaksis yang lain, seperti:

1. Berapa mahu? (pengguguran subjek ayat)
2. Berapa helai? (pengguguran subjek ayat)
3. Ini?/Yang ini? (pengguguran predikat ayat)
4. Sudah murah. (pengguguran subjek ayat)
5. Bagus. (pengguguran subjek ayat)
6. Lihat-lihat. (pengguguran subjek ayat dan objek)

Dalam aspek fonetik pula, sebutan peniaga setempat dipengaruhi oleh fonetik bahasa Arab, khususnya pada bunyi vokal. Sebagai contoh, mereka menyebut vokal /a/, /i/, dan /u/ (vokal /a/ tanpa variasi vokal /e/ tengah atau bunyi e pepet, vokal /i/ tanpa variasi vokal /e/ atau e taling, dan vokal /u/ tanpa variasi vokal /o/). Hal ini dikatakan demikian kerana dalam bahasa Arab tidak terdapat variasi-variasi tersebut. Maka kata ada disebut [ada], bukan [adə] kata cantik disebut [cantɪ?] dan kata bagus disebut [bagus], bukan [bagos].

Selain unsur tatabahasa yang berkaitan dengan morfologi dan sintaksis dan juga aspek sebutan, bahasa Melayu yang dituturkan oleh peniaga setempat di tanah suci turut ditandai juga oleh ungkapan fatis tertentu. Ungkapan fatis sebagaimana yang diuraikan oleh Prof. Dr. Harimurti Kridaklasana ialah bentuk bahasa untuk mewujudkan komunikasi dalam bentuk ucapan sejahtera atau pernyataan yang dapat menjalin hubungan mesra antara dua pihak. Antara ungkapan fatis yang lumrah dalam kalangan peniaga setempat di tanah suci termasuklah *assalamualaikum, apa khabar?* bagi permulaan wacana. Antara ungkapan di tengah-tengah wacana yang menunjukkan rasa kagum termasuklah *mesyallah, Allah*, sementara di hujung wacana, biasa diungkapkan *terima kasih, syukran, datang lagi, dan maassalamah*. Demikianlah sorotan ringkas penggunaan bahasa Melayu di tanah suci Makkah dan Madinah dalam kalangan peniaga setempat, terutama dalam konteks jual beli, iaitu konteks penggunaan bahasa Melayu yang meluas antara mereka dengan jemaah haji dan umrah dari alam Melayu. Sesuai dengan konteks yang agak terhad itu, maka kosa kata yang digunakan pun agak terbatas dan berulang-ulang dalam medan makna yang berkaitan dengan kegiatan jual beli atau urusan niaga yang mudah. Mereka menghadapi kesukaran jika ditanya tentang ehwal lain. Telah ditunjukkan juga bahawa bahasa yang digunakan pun bahasa yang mudah, iaitu lebih banyak menggunakan kata-kata dan ayat yang ringkas. Walau apa pun, bahasa Melayu mendapat tempat di tanah suci Makkah dan Madinah dalam konteks bahasa yang diiktiraf oleh pihak berkuasa Arab Saudi sebagai bahasa penyampaian maklumat kepada jemaah haji dan umrah dan juga sebagai bahasa dalam interaksi jual beli. Rancangan yang pernah dibuat oleh Dewan Bahasa dan Pustaka untuk menganjurkan kursus bahasa Melayu di tanah suci, khususnya kepada pengendali urusan haji dan umrah yang terdiri daripada penduduk setempat dan warganegara lain di luar alam Melayu wajar digerakkan menjadi kenyataan. DB



yang menunjukkan makna jumlah sesuatu, iaitu kata semua ada digunakan kerana peniaga lebih kerap menggunakan kata bilangan jumlah barang jualan, seperti *satu, dua, dan lima*.

Namun, ada kata penjodoh bilangan yang digunakan, iaitu helai kerana kebanyakan barang jualan yang dibeli pelanggan berkaitan dengan benda yang berbentuk helai, seperti pakaian dan sejadah. Menarik bahawa dalam salah satu interaksi saya dengan peniaga, beliau memperlihatkan pengetahuan tentang penggunaan kata penjodoh bilangan yang betul, apabila beliau sendiri membetulkan