

CIRI-CIRI BUDAYA PADA PAPAN TANDA DI *LITTLE INDIA*  
BRICKFIELDS

KANAGATHURGA A/P ARUMUGAM

FAKULTI BAHASA DAN LINGUISTIK  
UNIVERSITI MALAYA  
KUALA LUMPUR

2024

**CIRI-CIRI BUDAYA PADA PAPAN TANDA DI *LITTLE INDIA*  
BRICKFIELDS**

**KANAGATHURGA A/P ARUMUGAM**

**DISERTASI DISERAHKAN SEBAGAI MEMENUHI  
SEBAHAGIAN KEPERLUAN UNTUK IJAZAH SARJANA  
SASTERA (LINGUISTIK)**

**FAKULTI BAHASA DAN LINGUISTIK  
UNIVERSITI MALAYA  
KUALA LUMPUR**

**2024**

**UNIVERSITY MALAYA  
ORIGINAL LITERARY WORK DECLARATION**

Name of Candidate: Kanagathurga a/p Arumugam  
Matric No: (17050228/2 / TOA160047)  
Name of Degree: Master's of Arts (Linguistics)  
Title of Project Paper/Research Report/Dissertation/Thesis ("this Work"):

**CIRI-CIRI BUDAYA PADA PAPAN TANDA DI *LITTLE INDIA*  
BRICKFIELDS**

Field of Study: Sociolinguistics

I do solemnly and sincerely declare that:

- (1) I am the sole author/writer of this Work;
- (2) This Work is original;
- (3) Any use of any work in which copyright exists was done by way of fair dealing and for permitted purposes and any excerpt or extract from, or reference to or reproduction of any copyright work has been disclosed expressly and sufficiently and the title of the Work and its authorship have been acknowledged in this Work;
- (4) I do not have any actual knowledge nor do I ought reasonably to know that the making of this work constitutes an infringement of any copyright work;
- (5) I hereby assign all and every right in the copyright to this Work to the University of Malaya ("UM"), who henceforth shall be the owner of the copyright in this Work and that any reproduction or use in any form or by any means whatsoever is prohibited without the written consent of UM having been first had and obtained;
- (6) I am fully aware that if in the course of making this Work I have infringed any copyright whether intentionally or otherwise, I may be subject to legal action or any other action as may be determined by UM.

Candidate's Signature     *a.thurga*

Date: 23.04.2024

Subscribed and solemnly declared before,

Witness's Signature

Date: 23.04.2024

Name:

Designation:

Name:

Date: 23.04.2024

Designation:

## **CIRI-CIRI BUDAYA PADA PAPAN TANDA DI *LITTLE INDIA* BRICKFIELDS**

### **ABSTRAK**

Brickfields ialah salah satu penempatan India yang tertua di negara ini dengan persekitaran kediaman yang sederhana. Baru-baru ini bandar ini, telah berubah wajah menjadi jalan berwarna-warni dengan kedai-kedai dan restoran India yang dimiliki oleh masyarakat India (Gupta , 2010). Brickfields ialah salah satu kawasan yang terletak di tempat utama di mana terdapat banyak bangunan komersial dan dikenali sebagai ruang awam yang menonjolkan unsur budaya kaum India. (Bawani, 2015). Tujuan utama kajian ini dijalankan adalah untuk mengenal pasti unsur budaya India yang terdapat pada papan tanda dan membincangkan ciri budaya yang mencerminkan budaya masyarakat India. Pengkaji telah mengumpulkan sebanyak 100 buah papan tanda di Brickfields *Little India* yang boleh dilihat secara jelas oleh para pelanggan. Data dianalisis dengan bantuan teori Ben- Raphael & Bami, (2010) dan tujuh parameter yang digunakan oleh Supramani at.el (2013). Dapatan kajian mencerminkan bahawa terdapat tiga ciri budaya masyarakat India terdapat pada papan tanda iaitu bahasa, warna dan imej. Masyarakat India juga berpendapat bahawa papan tanda di Brickfields *Little India* mencerminkan unsur budaya.

**Kata kunci** : Papan tanda, ciri-ciri budaya, *Little India*, Masyarakat India, tujuh parameter

## **CULTURAL ELEMENTS ON THE BILLBOARDS AT *LITTLE INDIA* BRICKFIELDS**

### **ABSTRACT**

Brickfields is one of the oldest Indian settlements in the country with a modest residential environment. Recently the city, has changed its face into a colourful street with Indian shops and restaurants owned by the Indian community (Gupta,2010). Brickfields is one of the areas located in the main place where there are many commercial buildings and is known as a public space that highlights the cultural elements of the Indian people. (Bawani,2015). The main purpose of this study was to identify the elements of Indian culture found on billboards and explain the cultural characteristics that reflect culture of Indian society. Researchers have collected a total of 100 billboards in Brickfields Little India that can be clearly seen by customers. Data were analyzed with the help of the theory of Ben- Rapfael & Bami, (2010) and seven parameters used by Supramani at.el (2013). The findings of the study reflect that there are three cultural features of Indian society found on billboards namely language, colour and image. The Indian community also argues that the billboards in Brickfields Little India reflect cultural elements.

**Keywords:** billboards, cultural elements, Little India, Indian community, seven parameters

## PENGHARGAAN

Pertama sekali, saya mengucapkan jutaan terima kasih kepada Tuhan yang Maha Kuasa dan Maha Besar kerana memberi saya keyakinan dan ketabahan untuk menyiapkan penyelidikan ini. Setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih dirakamkan kepada DR. Thanalachime A/P Perumal dan DR. Wong Ngan Ling atas segala nasihat, dorongan, bantuan dan keprihatinan semasa menyempurnakan penyelidikan ini. Bimbingan, pandangan dan tunjuk-ajar yang dihulurkan oleh penyelia saya banyak membantu kepada kejayaan penyelidikan. Saya amat menghargai kesabaran beliau berdua yang sedia berkongsi maklumat dan kepakaran, senang dihubungi dan cepat dalam tindakan semasa sesi penyeliaan sepanjang pengajian ini. Semangat, kesabaran, pembacaan yang teliti, minat terhadap kajian ini serta maklumbalas daripada beliau berdua yang menyakinkan amat membantu untuk menyempurnakan penyelidikan ini. Saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada ibu bapa saya, En. Arumugam dan Puan. Mahaeswari atas segala pengorbanan, dorongan dan kesabaran mereka mengiringi saya mengharungi segala cabaran sepanjang tempoh pengajian ini. Akhir sekali, ucapan ribuan terima kasih kepada kawan-kawan saya Muganiswary Ramasamy, Muniessha Paramaeswaran , Rufina Merry Ambrose , Kayalvizhli Krishanan dan Lavanya Gunasegaran yang sentiasa menemani saya dan menghulurkan bantuan, motivasi serta berjuang bersama-sama saya untuk mengharungi cabaran-cabaran sepanjang tempoh pengajian ini.

## ISI KANDUNGAN

Abstrak	ii
Abstract	iii
Penghargaan	iv
Isi Kandungan	v
Senarai Jadual	viii
Senarai Rajah	viii
Senarai Imej	viii

### **BAB 1**

1.0 Pengenalan	1
1.1 Latar Belakang Kajian	1
1.2 Pernyataan Masalah	3
1.3 Objektif Kajian	3
1.4 Soalan Kajian	4
1.5 Kepentingan Kajian	4
1.6 Batasan Kajian	4
1.7 Etika Kajian	5
1.8 Definisi Istilah	6
1.8.1 Konsep Landskap Linguistik	6
1.8.2 Papan Tanda	7
1.8.3 Budaya	8
1.8.4 Simbol	8
1.8.5 Warna	9
1.9 Kesimpulan	9

### **BAB 2 : KAJIAN LEPAS**

2.0 Pengenalan	10
2.1 Definisi Lanskap Linguistik	10
2.2 Kajian LL di Bandar	12
2.3 Kajian LL di Luar Bandar	35
2.4 Kajian LL Tentang Papan-papan Tanda	36
2.5 Perkaitan Kajian Lepas dengan Kajian Semasa	40
2.6 Kesimpulan	41

### **BAB 3 : METODOLOGI**

3.0 Pengenalan	43
3.1 Teori Landskap Linguistik	43
3.2 Kaedah kajian	43
3.3 Kerangka Kajian	45
3.4 Kerangka Teori	45
3.4.1 Parameter Ciri Budaya	46
3.4.2 Teori Ban- Rafael	46
3.5 Prosedur Kajian	47
3.6 Lokasi Kajian	47
3.7 Data Kajian	49
3.8 Instrument Kajian	50
3.8.1 Pemerhatian	51
3.8.2 Temubual	51
3.9 Pengumpulan Data	52
3.10 Skop Kajian	54
3.11 Kesimpulan	55

### **BAB 4 : ANALISIS DAN PERBINCANGAN**

4.0 Pengenalan	56
4.1 Jenis-Jenis Papan Tanda	56
4.2 Ciri Kebudayaan pada Papan Tanda	58
4.2.1 Bahasa	58
4.2.2 Warna	68
4.2.3 Gambar / Simbol	78
4.3 Perbincangan	92
4.3.1 Responden Pertama	93
4.3.2 Responden Kedua	95
4.3.3 Responden Ketiga	96
4.4 Ciri Bahasa	101
4.5 Ciri Identiti	104
4.6 Kesimpulan	114

### **BAB 5 : PERBINCANGAN DAN CADANGAN**



5.0 Pengenalan	115
5.1 Rumusan Kajian	115
5.2 Perbincangan Kajian	116
5.2.1 Ciri-Ciri Budaya	116
5.2.2 Perbincangan	118
5.3 Cadangan Kajian	120
5.4 Jurang Kajian	121
5.5 Kesimpulan	122
<b>RUJUKAN</b>	124
<b>LAMPIRAN</b>	133

## SENARAI JADUAL

Jadual 1 : Cara Melabel Responden	50
Jadual 2 : Jenis kedai	56
Jadual 3 : Bahasa	58
Jadual 4 : Simbol Agama, Gambar Budaya dan Gambar Tuhan	78
Jadual 5 : Analisis Soal Selidik	97

## SENARAI RAJAH

Rajah 1 : Kerangka Kajian	44
Rajah 2 : Warna pada Papan tanda	73

## PETA

Peta 1 : Peta Lokasi Brickfields <i>Little India</i>	48
--	----

## GAMBAR

Gambar 1 : Brickfields <i>Little India</i>	49
--	----

## SENARAI IMEJ

Imej 1 : Jenis Kedai	56
Imej 2 : Hotel Signature dan My Hotel	61
Imej 3 : Kedai Pajak Gadai	62
Imej 4 : Kedai papan Shri Alagiyaa Devi	62
Imej 5 : Kedai Mangala Theebam	63
Imej 6 : Kedai Kottumalai Pillayar	64
Imej 7 : Kedai <i>Indian Spices Village</i>	65
Imej 8 : Pelbagai Warna pada Papan tanda	68
Imej 9 : Kedai Emas	71
Imej 10 : Kedai Emas Bombay Jewellery	72
Imej 11 : Simbol Agama	79
Imej 12 : Simbol Budaya	82

Imej 13	:	Gambar / Simbol Tuhan	87
Imej 14	:	Kedai Arya Bhavan dan Dingukal Thalapakatti	89
Imej 15	:	Kedai Seetharam	93
Imej 16	:	Kedai Murugan Stores	94
Imej 17	:	Kedai Seenivasan	95
Imej 18	:	Kedai Restoran Anjappar	98
Imej 19	:	Kedai Seenivasan	99

Universiti Malaya

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

### **1.0 Pengenalan**

Bab ini menjelaskan tentang rasional kajian ini. Dalam bab ini mengandungi penerangan aspek kajian iaitu pengenalan, latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif kajian, soalan kajian, kepentingan kajian, batasan kajian, dan etika kajian. Istilah-istilah yang penting juga diterangkan dalam bab ini untuk kefahaman pembaca.

### **1.1 Latar Belakang Kajian**

Malaysia merupakan sebuah negara yang mempunyai penduduk berbilang kaum. Jabatan Perangkaan Malaysia, 2011 menunjukkan bahawa Malaysia mempunyai jumlah penduduk seramai 28.3 juta yang terdiri daripada etnik Melayu (67.4%), Cina (24.6%), India (7.3%) dan lain-lain (0.7%) (Jabatan Perangkaan Malaysia, 2017).

Masyarakat India yang menetap di Malaysia dibahagi kepada pelbagai etnik. Mereka dikategorikan mengikut bahasa ibunda dan juga tempat mereka berasal dari India (Nambiar 2008). Bahasa yang mereka gunakan dibahagikan berdasarkan bahagian selatan dan utara India. Penduduk berasal dari bahagian utara di India menggunakan bahasa Punjabi, Hindi, Gujarathi, Sindu, Bengal. Mereka yang datang dari selatan India pula bertutur dalam Bahasa Tamil, Malayalam dan Telegu. Walaupun, majoriti yang menetap di Malaysia bertutur dalam Bahasa Tamil.

Di Malaysia, Bahasa Tamil tidak diktiraf sebagai bahasa rasmi tetapi dibenarkan untuk diajar di sekolah vernakular (Razak, 1956). Selain itu, Bahasa Tamil disiarkan di televisyen dan radio termasuk saluran nasional. Hal ini mendorong masyarakat India untuk bertutur dalam bahasa tersebut. Penggunaan Bahasa Tamil dalam pendidikan, media massa, dan dalam perniagaan juga mendorong 84%

masyarakat India di Malaysia mempraktikkan bahasa dan budaya tersendiri masyarakat India , Subramani et al., (2013).

### **Brickfields *Little India***

Pada tahun 1881, Kuala Lumpur telah dilanda banjir. Berikutan dengan banjir, kebakaran telah membinasakan bandar ini. Kejadian-kejadian tersebut telah menyebabkan permusnahan yang berturut-turut di bandar Kuala Lumpur. Frank Swettenham, Residen British Selangor, membina bangunan baru dengan menggunakan batu dan jubin untuk memulihkan keadaan bandar tersebut. Pada masa yang sama, Kapitan Yap Ah Loy membeli sebidang harta tanah yang luas untuk penubuhan industri batu bata yang mendorong pembangunan semula (Bandar Dan Wilayah Malaysia).

Kemudian, kawasan ini dibangunkan oleh Yap Kwan Seng, Kapitan Cina kelima dan terakhir Kuala Lumpur. Sebagai seorang ahli perniagaan, beliau meramalkan peningkatan permintaan batu bata di Kuala Lumpur yang berkembang pesat dan menubuhkan sebuah tanur di daerah itu Subramani et al., (2013). Kawasan ini tidak lama lagi menjadi pusat pembuatan batu bata pada awal zaman kerana seluruh kawasan itu adalah lubang tanah liat dan batu bata yang berkualiti tinggi dibuat dari tanah liat. Oleh itu, Brickfields menjadi sinonim dengan batu bata yang berkualiti tinggi (Bandar Dan Wilayah Malaysia).

Brickfields juga digunakan sebagai tapak utama Kereta api Tanah Melayu (KTM) semasa pentadbiran British. Pihak berkuasa British membawa penduduk dari Sri Lanka dan memberikan kemudahan petempatan kepada mereka di sekitar Brickfields. Sejak itu, masyarakat India mula menetap di sini dan menjadi warganegara Malaysia. Beberapa rumah lama mereka masih boleh ditemui di sekitar Jalan Rozario. Brickfields adalah salah satu petempatan perintis di Kuala Lumpur. Sememangnya, keseluruhan

Jalan Tun Sambanthan (dahulu dikenali sebagai Jalan Brickfields) diselaraskan dengan struktur kolonial lama (Utusan Malaysia 2009).

## **1.2 Pernyataan Masalah**

Ciri budaya memainkan peranan penting dalam sesuatu kaum. Budaya adalah sebahagian daripada kehidupan manusia yang tercermin dalam kehidupan seharian melalui perkataan, perbuatan, atau tabiat tertentu. Supramani et al., (2013) mengatakan bahawa walaupun Bahasa Tamil digunakan pada papan-papan tanda di Brickfields *Little India*, tetapi keutamaan diberikan kepada penggunaan Bahasa Inggeris. Selain itu, penggunaan simbol dan warna pada papan tanda mampu mencerminkan kedaulatan dan kebanggaan sesuatu budaya.

Thriveni (2002) pula mengatakan bahawa analisis mengenai bahasa, simbol dan warna boleh dikategorikan sebagai ciri budaya yang digunakan dalam ruang awam linguistik. Beliau menjelaskan bahawa penggunaan ciri budaya penting dalam sesuatu ruang awam linguistik dan ia dapat mencerminkan identiti sesuatu kaum. Oleh itu, kajian ini akan memfokuskan penggunaan simbol dan warna yang digunakan pada papan tanda di Brickfields *Little India* dan menjelaskan bagaimana simbol-simbol tersebut mencerminkan budaya kaum India di Malaysia.

## **1.3 Objektif Kajian**

Pengkaji membentuk dua objektif kajian bagi melaksanakan penyelidikan ini. Antara objektif kajian ialah mengenal pasti ciri budaya yang dipaparkan pada papan tanda Brickfields *Little India*. Objektif kedua pula, membincangkan ciri –ciri yang mencerminkan budaya masyarakat India pada papan tanda di Brickfields *Little India*.

#### **1.4 Soalan Kajian**

Dua soalan kajian telah dibentuk bagi menjawab objektif kajian. Berikut adalah soalan-soalan kajian:

- i) Apakah ciri-ciri budaya yang dipaparkan pada papan tanda di Brickfields *Little India*?
- ii) Bagaimanakah ciri-ciri budaya yang dipaparkan pada papan tanda di Brickfields *Little India* dapat mencerminkan budaya kaum India di Malaysia?

#### **1.5 Kepentingan Kajian**

Sepanjang pengkaji mencari bahan literatur kajian ini, pengkaji menyedari bahawa kajian berdasarkan LL adalah terhad khususnya yang berasaskan Bahasa Tamil sukar ditemui. Kajian ini yang akan menjelaskan tentang penggunaan ciri budaya yang terdapat pada papan tanda mampu memberi kesedaran kepada pengguna untuk memahami ciri budaya pada papan tanda. Selain itu, kajian ini juga akan membantu para pengurus, peniaga dan pelanggan untuk mengetahui kepentingan ciri budaya yang digunakan pada papan kenyataan dan papan iklan. Seterusnya, kajian ini amat penting kepada masyarakat minoriti kerana penggunaan bahasa, simbol dan warna pada papan kenyataan secara langsung memberi makna yang tersirat dan tersurat kepada para pengguna dan secara tidak langsung memperkenalkan budaya minoriti kepada masyarakat umum.

#### **1.6 Batasan Kajian**

Penyelidikan ini dijalankan khususnya di kawasan Brickfields *Little India* sahaja. Data kajian dikumpulkan dari jalan –jalan tertentu di Brickfields yang memiliki

banyak kedai. Terdapat pelbagai jalan di sekitar Brickfields. Sebagai contohnya Jalan Syed Putra, Jalan Sultan Abdul Samad, Jalan Scoot, Jalan Tun Sambathan. Bagi menyiapkan kajian ini, papan-papan tanda yang terdapat di Jalan Tun Sambathan sahaja digunakan sebagai data kajian. Temubual pula dijalankan bersama pemilik kedai, orang awam dan pelancong kerana kebanyakan papan tanda di Brickfields bersifat trilingual iaitu menggunakan tiga bahasa. Papan-papan tanda yang diletak di luar kedai sahaja dikira sebagai data dalam kajian ini. Sebanyak 100 gambar papan iklan sahaja dikumpul oleh pengkaji. Papan-papan tersebut dapat dilihat secara teliti oleh para pelanggan yang akan lalu di jalan tersebut. Oleh itu, 100 papan tanda telah dianalisis dalam kajian ini. Pandangan dan pendapat yang diperolehi daripada dua puluh orang responden melalui kaedah temu bual telah dianalisis. Data yang dikumpulkan melalui temu bual membantu pengkaji untuk menerangkan objektif kedua kajian ini.

### **1.7 Etika Kajian**

Etika kajian merupakan salah satu aspek penting dalam kajian ini. Terdapat beberapa isu yang dipertimbangkan dalam kajian ini. Sepanjang kajian ini, hak kerahsiaan responden temu bual diberi keutamaan dan maklumat peribadi responden seperti nama, agama, kaum tidak didedahkan. Pengkaji tidak mendedahkan maklumat-maklumat peribadi responden dalam penulisan seperti dijanji. Maklumat yang diperolehi melalui temu bual juga akan disimpan untuk selama 5 tahun untuk tujuan rujukan. Sebarang masalah atau konflik tentang kajian ini pada masa hadapan juga dapat diselesaikan dengan adanya maklumat dan bukti mengenai kajian ini. Selain itu, etika penulisan juga diberi penekanan yang tinggi kerana penggunaan perkataan yang sensitif dielak dalam menghuraikan maklumat berkaitan kajian ini.



## **1.8 Definisi Istilah**

Definisi Istilah berkaitan kajian diberikan dengan harapan istilah tersebut akan membantu pemahaman pembaca di bawah.

### **1.8.1 Konsep Landskap Linguistik**

Landskap Linguistik merupakan penglihatan dan penonjolan bahasa yang terdapat pada papan tanda awam dan komersial di sesuatu wilayah atau kawasan yang diberikan (Landry & Bourhis 1997). Landskap Linguistik juga membincangkan tentang penggunaan bahasa tertentu dalam kalangan masyarakat yang berbilang kaum. Landskap Linguistik menjadi satu kaedah berguna untuk memahami evolusi ruang bandar. Tanda-tanda yang terdapat pada landskap linguistik menggambarkan identiti bandar dan bahasa yang dituturkan oleh penduduk tempat tersebut Blackwood and Tufi (2002).

Landskap Linguistik merupakan suatu bidang yang berkembang pesat dan menjadikan pusat perhatian iaitu, bahasa dalam persekitaran, perkataan dan imej dipaparkan dan terdedah dalam ruang awam (Shohamy and Gorter, 2008). Landskap linguistik dan dasar bahasa dikatakan mempunyai hubungan dwi-arah, di mana landskap linguistik boleh mentakrifkan dasar bahasa suatu kawasan. Landskap linguistik juga merupakan suatu pendekatan yang mencerminkan dasar bahasa.

Menurut Spolsky (2004) kajian terhadap bahasa di ruang awam adalah penting dalam kajian dasar. Shohamy (2006) mengatakan bahawa landskap linguistik mencerminkan dasar bahasa di kawasan tertentu manakala dasar bahasa pula mempengaruhi penampilan atau kelihatan landskap linguistik.

## 1.8.2 Papan Tanda

Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat, papan tanda didefinisikan sebagai papan nama sesuatu tempat. Ia merupakan notis atau tanda yang dipaparkan di tempat awam untuk memberi maklumat kepada orang awam. Papan tanda dipaparkan dalam pelbagai bentuk dan menggunakan berbagai- bagai simbol dan warna. Ia digunakan untuk pelbagai tujuan. Antaranya memberikan maklumat, mempromosikan barang dan perkhidmatan (Landry & Bourhis, 1997). Penjelasan ini akan membantu pengkaji untuk mengenal pasti kepentingan penggunaan papan tanda, papan iklan tersebut di hadapan kedai.

Papan tanda merupakan ruang iklan luar yang besar yang direka untuk menarik perhatian para pelanggan. Papan kenyataan selalunya digunakan untuk menarik minat pelanggan secara kreatif, senang dan mudah. Selalunya ia ditempatkan di sekitar kawasan trafik yang tinggi dan kawasan perniagaan dan perdagangan. Papan-papan tanda perniagaan merujuk kepada papan-papan nama di premis perniagaan dan ia dikategorikan sebagai iklan kepada kedai tersebut. Papan tanda boleh dikategorikan kepada pelbagai jenis iaitu :-

Classic or Bulletin Papan tanda	Digunakan untuk tujuan iklan jangka masa yang panjang. Papan tanda ini biasanya bersaiz besar dan paling dikenali sebagai papan buletin yang digunakan di lebuhraya.
Vinyl Papan tanda	Papan tanda digital yang dicetak dengan bantuan pencetak inkjet yang besar. Paling banyak digunakan sebagai logo syarikat. Ia juga mengandungi perlindungan UV.
Painted Papan tanda	Mesej dan gambar dilukis dan dicat secara manual dan diiklankan pada papan tanda. Kurang penggunaannya.

Mobile Papan tanda	Papan tanda ini mudah alih digunakan di mana penonton sasaran hadir dan boleh diletakkan di atas kenderaan yang bergerak.
Three – dimensional Papan tanda	Papan tanda ini adalah terbaru untuk menarik minat pelanggan secara artistik.
Scented Papan tanda	Papan tanda ini sangat jarang digunakan dan ia digunakan untuk mendapat aroma produk.
Digital Papan tanda	Papan tanda digital digunakan secara umum di pusat perniagaan, untuk menarik perhatian ramai orang.

### 1.8.3 Budaya

Perkataan budaya berasal daripada bahasa Sanskrit yang membawa makna budi dan akal. Menurut Kamus Dewan Edisi ke-3, kebudayaan bermaksud cara hidup sebuah masyarakat, tamadun, peradaban dan kemajuan. Dalam Bahasa Inggeris pula budaya ditakrifkan sebagai *culture* (Kamus Melayu-Inggeris Dewan, 2012). Perkataan tersebut berasal daripada Bahasa Latin iaitu *colere* yang dimaksudkan dengan menanam atau mengerjakan. Secara amnya, budaya atau kebudayaan dikaitkan dengan sesuatu yang bukan semula jadi atau sesuatu yang dikerjakan oleh manusia. Justeru, budaya boleh didefinisikan sebagai perkara yang dibawa atau dilaksanakan oleh manusia dalam kehidupan sehari beraskan pengetahuan yang mereka dimiliki.

### 1.8.4 Simbol

Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat simbol bermaksud sesuatu yang mewakili sesuatu yang lain. Simbol juga dikatakan sebagai lambang atau tanda. Ensiklopedia umum mendefinisikan simbol sebagai apa-apa sahaja yang menyampaikan satu fakta atau idea atau sesuatu yang melambangkan sesuatu objek. Simbol adalah salah satu ciptaan kata tertua dan yang paling asas. Dalam Bahasa Inggeris pula simbol

ditakrifkan sebagai *symbol* (Kamus Melayu-Inggeris Dewan, 2012). Oleh itu, simbol diberi maksud sebagai sesuatu lambang yang membawa makna tertentu mengikut situasi.

### **1.8.5 Warna**

Warna ialah sifat cahaya yang ditentukan oleh panjang gelombang. Warna adalah kesan yang didapati oleh mata daripada cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dilihatnya (Kamus Dewan Edisi Keempat). Menurut Newton warna bermaksud bahagian sinar dalam *spectrum* yang bergantung pada gelombang cahayanya. Warna dapat dibahagikan kepada dua kumpulan. Antaranya, warna asas atau primer. Ia merupakan tiga pigmen warna dasar yang tidak dapat dibentuk melalui campuran dari warna-warna lain seperti merah, biru dan kuning. Selain itu, warna sekunder pula hasil campuran dua warna primer (Lee). Justeru, warna adalah pantulan cahaya yang diterima oleh mata manusia. Warna berbeza mengikut pantulan yang diterima.

## **1.9 Kesimpulan**

Kesimpulannya, dalam bab ini pengkaji telah menjelaskan bahawa terdapat jurang kajian yang harus dipenuhi khususnya mengenai ciri-ciri LL di Brickfields *Little India*. Dua objektif dan persoalan kajian telah dikenalpasti untuk menganalisis kajian ini. Kepentingan dan batasan kajian juga telah diterangkan oleh pengkaji dalam bab ini. Bab seterusnya akan menjelaskan tentang kajian –kajian lepas yang digunakan untuk menyokong kajian ini.

## **BAB 2: TINJAUAN KAJIAN LEPAS**

### **2.0 Pengenalan**

Bab ini telah menjadi panduan kepada pengkaji untuk mengetahui pendapat para pengkaji dalam bidang Landskap Linguistik untuk menjalankan kajian ini. Kajian literatur telah dijalankan di bawah subtopik kajian berkaitan Landskap Linguistik, di tempat awam, teori- teori yang berkaitan dan prinsip perstrukturian.

### **2.1 Definisi Lanskap Linguistik**

Landskap Linguistik merupakan simbol penggunaan bahasa di ruang awam. Artikel bertajuk Pemakaian Bahasa Indonesia Dalam Lanskap Linguistik di Bandara Internasional Sultan Hasanuddin oleh Mahmudah Mahmudah dan Nur Indahsari Radin pada 2023 menerangkan kontur antarabangsa dalam konteks plurilingual (pelbagai bahasa). Kaedah deskriptif kualitatif digunakan bagi kajian ini. Dapatan kajian menyatakan bahawa dalam era globalisasi ini terutamanya dalam era Revolusi Industri 4.0, Bahasa Indonesia menerima kedua-dua peluang dan ancaman kepada masyarakat jika dikaji dari perspektif geopolitik. Justeru, penggunaan bahasa Indonesia di Lapangan Terbang Sultan Hasanuddin perlu dikekalkan dan memperluaskan bagi meningkatkan tahap Bahasa Indonesia sebagai bahasa antarabangsa (Mahmudah Mahmudah, 2023).

Nyoman (2022) mendefinisikan Landskap Linguistik sebagai kajian penulisan di sesuatu lokasi awam. Kajian ini berkaitan dengan papan tanda, simbol yang digunakan sebagai pengganti perkataan, perlabelan, papan tanda dan sebagainya. LL menyelidik hubungan antara bahasa dan masyarakat di kawasan tertentu dan sebuah fenomena yang menerangkan persekitaran bahasa dalam bentuk tulisan dan lukisan. Justeru, objektif kajian pengkaji mengkaji unsur bahasa dan objek kajian kedua pula mengkaji mengenai ciri-ciri budaya masyarakat di kawasan tersebut. Hal ini demikian kerana, aspek bahasa dan masyarakat adalah aspek yang boleh dikaji dalam konsep LL. Kajian ini dapat menyimpulkan bahawa kajian berkaitan lanskap linguistik cenderung dijalankan di kota besar kerana lebih banyak tanda-tanda komersial yang akan mempengaruhi orang awam dapat ditemukan. Justeru, pengkaji memilih sebuah kawasan yang orang awam selalu dikunjungi iaitu Brickfields untuk melakukan kajian semasa.

Akmaljonovna (2022) menganalisis linguistik landskap linguistik dunia (LLW) dan tafsiran umum konsep sebagai landskap dunia. Kajian keserasian LLW dalam bahasa yang berbeza, pengenalannya ke dalam linguistik Uzbekistan, relativiti linguistik, pengaruh linguokulturologi terhadap LLW dan beberapa fungsi konsep itu juga dikaji. Kajian terhadap konsep LLW menunjukkan bahawa konsep ini menggabungkan beberapa yang berbeza fungsi dan dicirikan oleh perbezaan individu dalam aspek umum bagi pemilik bahasa.

Supramani et al. (2014) menjalankan kajian tentang *Linguistics Landscape of analysis of language endangerment in Malaysia context*. Kajian ini merupakan sebuah kajian tentang penggunaan Bahasa Tamil di Brickfields, *Little India*. Hasil dapatan kajian beliau mengatakan bahawa, Bahasa Tamil menunjukkan daya linguistik yang rendah dan tidak dipaparkan segera teliti di ruang awam. Pengkaji berkata bahawa bahasa tersebut

mempunyai potensi untuk pupus. Walaubagaimana pun, ia mungkin akan dapat dipelihara dengan baik dan dibawa kepada generasi akan datang jika bahasa tersebut digunakan dalam pembelajaran dan juga di institusi keagamaan.

Landskap Linguistik merupakan suatu bidang yang berkembang pesat dan menjadikan pusat perhatian iaitu, bahasa dalam persekitaran, perkataan dan imej dipaparkan dan terdedah dalam ruang awam (Shohamy & Gorter, 2008). Dalam kajian yang lain, Dagenais, Moore, Sabatier, Lamarre dan Armand (2008) memperkenalkan linguistik landskap sebagai 'cetakan alam sekitar', iaitu bandar-bandar sebagai 'teks'. Landskap linguistik dan dasar bahasa dikatakan mempunyai hubungan dwiarah, di mana

Landskap linguistik juga merupakan suatu pendekatan yang mencerminkan dasar bahasa. Menurut Spolsky (2004) menyatakan kajian ke atas bahasa di ruang awam adalah penting dalam kajian dasar. Landskap linguistik mencerminkan dasar bahasa di kawasan tertentu manakala (Shohamy, 2006) dasar bahasa pula mempengaruhi penampilan atau kelihatan landskap linguistik (Blackwood & Tufi, 2002). Dalam kajian landskap linguistik Brickfields *Little India*, pengkaji juga mengenal pasti salah satu ciri masyarakat India iaitu, bahasa dalam premis perniagaan para peniaga India.

Kajian-kajian lepas yang membincangkan teori Landskap Linguistik membantu pengkaji untuk memahami konsep tersebut secara mendalam. Selain itu, pengkaji memilih lokasi kajian yang sesuai untuk menjalankan kajiannya.

## **2.2 Kajian Linguistik Landskap Di Bandar**

Landskap Linguistik Cairene dan perbezaan budaya merupakan kajian yang dijalankan oleh Saad, Sadek (2023). Perubahan papan tanda jalan raya, papan iklan

elektronik, sepanduk dan tanda- tanda imej global bandar tersebut dari Bahasa Arab ke Bahasa Inggeris mencipta soalan kajian ini. Kajian ini bertujuan untuk menyiasat dasar linguistik Cairene dan makna budayanya. Kajian lapangan berlaku antara 2020 dan 2022 di sekitar dua puluh tapak di Kaherah, antaranya projek tanpa tempat peraturan adalah penting. Meneroka landskap linguistik Cairene di Kaherah adalah berdasarkan kesusasteraan dan pemerhatian dahulu semasa bergerak di kawasan awam dengan berjalan kaki dan menaiki kereta. Sekitar 20 lokasi telah dilawati, 120 gambar diambil, dan temu bual spontan telah dijalankan. Data yang dikumpul dihasilkan selama dua tahun (2020-2022) kerja lapangan di Kaherah. Menghuraikan dan mengkategorikan landskap linguistik Cairene mengenal pasti nilai budayanya. Selain itu, meneroka perubahan sejarah pada abad ke-19 dan ke-20 menjelaskan akar sosio-budaya linguistik. *Shaming Culture* berubah daripada kebanggaan kepada keuntungan dalam landskap linguistik Kaherah, memberikan makna simbolik yang tidak terkira banyaknya, antaranya perbezaan budaya, pusat linguistik dan keterpinggiran adalah penting.

Syamsurijal dan Iswary (2023) menjalankan kajian penggunaan bahasa di ruang awam, iaitu di Pusat membeli belah di Bandaraya Makassar. Tujuan penyelidikan ini adalah menghuraikan landskap linguistik yang digunakan di pusat beli-belah Bandaraya Makassar, menganalisis penggunaan bahasa yang dominan di Makassar dan membincangkan sebab-sebab penggunaan bahasa asing dalam landskap linguistik di pusat-pusat membeli-belah di Makassar. Penyelidikan ini merupakan kajian kualitatif yang direka bentuk secara deskriptif. Kajian ini dijalankan di tiga pusat membeli belah di Kota Makassar iaitu Pusat Beli-belah Panakukang, Pusat Beli Belah Nipah dan Pusat Beli Belah Ratu Indah. Data dikumpul melalui kaedah dokumentasi. Analisis dilakukan dengan menggunakan teknik kualitatif melalui prosedur pengumpulan data, pengurangan data, persembahan data, dan kesimpulan. Hasil kajian menunjukkan jenis landskap yang



terdapat di pusat membeli-belah di Kota Makassar ialah landskap linguistik *top – down* dan *bottom – up*. Jenis landskap *bottom-up* dominan di pusat membeli-belah di Makassar. Selain itu, bahasa asing khususnya bahasa Inggeris mendominasi landskap linguistik di pusat-pusat membeli-belah di Kota Makassar. Ini didorong oleh beberapa faktor, imej diri yang dikenali sebagai imej perniagaan dan usaha memperkukuh pembuat jenama sebagai tarikan kepada pengguna. Kajian ini membantu pengkaji analisis penggunaan Bahasa pada papan – tanda di Little India Brickfields.

Xiaomei (2023) menjalankan penyelidikan bagaimana budaya Baba diwakili dalam landskap linguistik (LL) Melaka dan bagaimana LL memainkan peranannya dalam kebangkitan budaya Baba. Kedua-dua pendekatan kualitatif dan etnolinguistik digunakan dalam kajian ini. Secara keseluruhan, 681 gambar tanda berkaitan budaya Baba telah diambil dan dikategorikan kepada tiga bidang seperti masakan Nyonya, pakaian Nyonya, dan seni bina Baba. Khususnya, pengkaji memberi tumpuan kepada keterlihatan Bahasa Melayu Baba, Bahasa Kreol yang semakin berkurangan serta Bahasa Melayu dan Hokkien sebagai bahasa substratnya di LL bandar Melaka. Selain itu, 4 orang pemilik kedai atau hotel dan pemimpin persatuan ditemu bual. Pasukan penyelidik juga mengambil bahagian dalam aktiviti kebudayaan dan keagamaan yang dianjurkan oleh masyarakat Baba. Keputusan menunjukkan bahawa empat bahasa (Cina, Inggeris, Melayu dan Melayu Baba) digunakan dalam LL pertubuhan berkaitan budaya Baba dengan darjah yang berbeza dan setiap bahasa mengaitkan dengan aspek budaya Baba. Dapatan menunjukkan bahawa budaya Baba dimanifestasikan dalam pelbagai bahasa dan LL boleh menjadi alat untuk mempersembahkan atau bahkan menghidupkan semula budaya Baba di Melaka.

Kajian Lanskap Linguistik Daya Tarik Wisata: Aspek Multilingualisme di Kawasan Pariwisata Nasional Lembang dan Tangkubanparahu oleh Cep Ubad Abdullah, Shandra Rama Panji Wulung dijalankan pada 2023. Kawasan-kawasan pelancongan di Indonesia iaitu Lembang dan Tangkubanparahu merupakan lokasi kajian ini. Tujuan kajian ini adalah menyelidik penggunaan multibahasa dalam landskap linguistik di kawasan pelancongan. Kajian ini dilakukan selama enam bulan di tiga kawasan pelancongan. Analisis kualitatif deskriptif telah dijalankan. Data primer didapati melalui pemerhatian dan dokumentasi manakala data sekunder diambil dari kajian-kajian lepas dan dasar kerajaan yang berkaitan pelancongan. Dapatan kajian menunjukkan bahawa multibahasa lebih dominan di kawasan-kawasan pelancongan tersebut bagi menarik perhatian pelancong. Hasil kajian juga menyatakan bahawa banyak papan tanda *bottom-up* didirikan di kawasan tersebut.

(Liza Maulia, 2023) menjalankan sebuah kajian bagi mengetahui pengaruh lanskap linguistik terhadap kosa kata siswa. Metodologi kuantitatif dengan sampel 100 siswa di kelas 10,11 dan 12 SMA Negeri 10 Padang digunakan. Para siswa dipilih secara rawak. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dengan Skala Guttman. Analisis regresi sederhana dengan aplikasi SPSS Versi 22.0. Dapatan kajian membuktikan bahawa secara umumnya Lanskap Linguistik mempengaruhi kosa kata. Walaupun, terdapat sebahagian kecil LL di SMA Negeri 10 Kota Padang tidak dipengaruhi oleh kosa kata siswa. Justeru, dapatan kajian ini tidak dapat dikira secara general disebabkan lokasi kajian yang fokus dan kecil.

Lee (2023) menjalankan kajian tentang keadaan landskap budaya bahasa dalam perspektif dasar bahasa dan budaya Korea. Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti keadaan semasa landskap bahasa jalan Apsan Cafe di Bandar Daegu dari perspektif dasar

bahasa dan budaya Korea dan mencadangkan langkah untuk penambahbaikan dasar bahasa tersebut. Hasil kajian didapati bahawa iklan luar, terutamanya papan iklan dan papan tanda sekunder, adalah media teras yang membentuk landskap linguistik Jalan Kafe Apsan. Dan bilangan aksara teks dalam bahan pengiklanan luar adalah lebih tinggi dalam susunan Hangul, Romanisasi, Campuran, aksara Cina dan Jepun. Berdasarkan dapatan kajian pengkaji menganalisis landskap linguistik Jalan Kafe Apsan. Pengkaji mendapati bahawa kekurangan kebolehtukmukasian adalah yang tertinggi dalam penambahbaikan linguistik dalaman manakala penurunan, penuaan dan ketidaksesuaian estetik adalah yang tertinggi dalam peningkatan linguistik luaran. Untuk mencipta landskap linguistik yang menggunakan ciri-ciri tempatan 'Apsan Cafe Street' Daegu, adalah perlu untuk meningkatkan 'kebolehtukmukasian', 'ketidakterasian estetik' dan 'reput dan lama'.

Woo & Patricia (2022) mengkaji landskap linguistik di dua terminal Lapangan Terbang Antarabangsa Kuala Lumpur. Tiga puluh satu gambar digital papan tanda tidak serupa daripada sejumlah 368 papan tanda “bottom- up” yang dikenal pasti di ruang awam mengetahui kemahiran mereka terhadap bahasa yang digunakan pada papan tanda berbilang bahasa di kedua-dua lapangan terbang itu. Dapatan kajian menunjukkan bahawa Bahasa Melayu, yang merupakan satu-satunya bahasa kebangsaan dan bahasa rasmi negara, ia dipaparkan dalam kedudukan dominan dalam semua papan tanda berbilang bahasa. Bahasa Inggeris yang dipaparkan di bawah bahasa Melayu mengindeks bahasa Inggeris sebagai bahasa kedua terpenting selepas bahasa Melayu selain menjadi bahasa komunikasi antarabangsa. Paparan bahasa Jepun, Arab dan Cina pada tahap yang sama dan dalam fon bersaiz sama menunjukkan bahawa bahasa-bahasa ini diberi keutamaan yang sama dalam sistem “bottom- up”. Seterusnya kebanyakan daripada dua pengguna lapangan terbang bersetuju bahawa gabungan bahasa Melayu dan Inggeris harus digunakan pada papan tanda di lapangan terbang Malaysia dan gembira dengan

persekitarannya yang berbilang bahasa. Walaubagaimanapun, sebilangan rakyat Malaysia tempatan sangat merasakan bahawa bahasa Tamil harus ditambah pada papan tanda.

Matte (2022) menyelidik cara landskap linguistik melaksanakan pedagogi plurilingual dalam bilik darjah di sekolah menengah arus perdana di Portugal. Lokasi kajian ini terdiri daripada dua tempat yang berbeza iaitu Jerman dan Belanda. Data dikumpul melalui pemerhatian di bilik darjah, memeriksa tugas murid-murid, soal selidik dan temubual bersama guru. Analisis dibuat melalui beberapa kaedah yang berkaitan LL untuk menilai amalan linguistik dan semiotik murid-murid. Dapatan kajian menunjukkan bahawa murid-murid berserta guru di Belanda merancang penyelidikan tentang LL dengan membuat refleksi secara kritis. Manakala, di Jerman, murid-murid bersama guru berkolaboratif dalam mengenal makna bagi contoh yang dipilih. Secara amnya, peranan guru amat penting dalam pemupuk interaksi bilik darjah untuk meningkatkan kerefleksiviti dan kritikal dalam kalangan murid sekolah arus perdana. Pengkaji dapat meluaskan pandangan dan kandungan mengenai LL disebabkan kajian-kajian mengaitkan LL dengan pendidikan.

Anna (2021) menerangkan hubungan antara landskap linguistik dalam sektor pelancongan dalam artikelnya yang berjudul *Language use and tourism in Yogyakarta*. Artikel tersebut memberikan gambaran tentang Malioboro yang saling berkaitan dengan prisma persembahan bahasa, pilihan bahasa dan penggunaan tanda yang informatif. Sebanyak 729 papa tanda telah dipilih dan dianalisis. Walaupun analisis tersebut lebih memfokuskan kepada perkataan yang digunakan, tinjauan juga memberi perhatian kepada pilihan bahasa, penggunaan tanda yang memberi maklumat secara tidak langsung. Maklumat yang jelas, kefasihan, lokasi yang sesuai untuk dilihat oleh

pengunjung luar dan tempatan. Dapatan kajian membincangkan bahawa Bahasa Indonesia adalah bahasa yang dominan iaitu sebanyak 73% daripada papan-papan tanda yang dianalisis menggunakan bahasa tersebut. Tambahan pula, semua papan tanda bukan komersial menggunakan Bahasa Indonesia. Hanya 15% daripada papan-papan tanda yang dianalisis menggunakan Bahasa Inggeris dan kurang daripada 5% papan tanda mengandungi Bahasa Jawa sama ada dalam tulisan asal atau rumi. Kajian ini menghubungkan pelaksanaan dasar Bahasa Indonesia dengan linguistik lanskap. Seperti yang dibincangkan, kebanyakan papan tanda menggunakan Bahasa Ibunda. Justeru iu, kedua-dua bahasa, iaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggeris digunakan dalam konteks komersial, peraturan dan tanda-tanda infrastruktur yang informatif. Kajian ini membantu pengkaji dari segi memilih kaedah dan cara menganalisis data.

Pringkah (2019) mengaji ciri – ciri landskap linguistik di kuil Batu Caves. Pengkaji menggunakan dua objektif kajian iaitu mengenal pasti papan tanda yang terdapat di perkarangan Kuil Batu Caves dan juga membincangkan ciri- ciri papan tanda yang terdapat di perkarangan Kuil Batu Caves. Beliau menggunakan teori Ben- Rafael (2009). Beliau telah menganalisis sebanyak 82 gambar papan tanda sebagai data kajian. Kaedah kualitatif dan kuantitatif telah digunakan untuk menganalisis data. Hasil kajian pengkaji adalah papan tanda komersial berperanan untuk mempromosikan barang dan perkhimatan, papan tanda bukan komersial pula memberi maklumat kepada para pengunjung. Kebanyakan papan tanda agama mempunyai ciri pelancongan di mana ia digunakan untuk tujuan komersial. Kajian ini membantu pengkaji untuk memahami teori Ben-Rafael dengan lebih jelas sebelum mengaplikasikannya dalam kajian ini.

Tamil menduduki tempat istimewa di Landskap Linguistik (LL) *Little India* di Singapura disebabkan bahasa tersebut diiktiraf sebagai Bahasa Ibunda rasmi dan bahasa

warisan (Jayagomar, 2019). Kajian berkaitan dijalankan di Singapura dengan bertajuk “*The Place Of Tamil In The Linguistics Landscape Of Little India*” pada April 2019. Kajian ini menggunakan teori Landry dan Bourhis (1997). Menurut pendekatan LL Landry dan Bourhis (1997), LL dirujuk berdasarkan kawasan geografi sesebuah komuniti bahasa yang digolongkan dengan bahasa pada tanda awam dan komersial. Tamil merupakan bahasa minoriti, di mana ia mempunyai daya hidup etnolinguistik yang rendah di LL Singapura yang lebih luas. Sebaliknya, bahasa Tamil dipaparkan paling menonjol di *Little India*. *Little India* merupakan kawasan enklaf etnik India Singapura dan tarikan pelancong. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji cara identiti Tamil Singapura dan penggunaannya dalam LL di *Little India*. Sebanyak 272 imej papan tanda kedai di *Serangoon Road, Little India* dikaji dengan menggunakan pendekatan etnografi Scollon dan Scollon (2004). Kertas kajian ini mendedahkan kelaziman Bahasa Tamil dan tempatnya dalam hierarki bahasa yang terdapat dalam LL. Sebuah analisis etnografik terhadap LL yang dipanggil analisis nexus yang dijalankan melalui tinjauan tempat kejadian ke atas 63 belia India. Tinjauan kejadian bersama belia India dapat menerangkan hubungan belia India dengan Bahasa Tamil dan ideologi mereka yang mengelilingi penggunaan Bahasa Tamil di *Little India*. Dapatan menunjukkan bagaimana identiti Tamil di Singapura dipelihara melalui terjemahan Tamil dan dipulihara melalui amalan transliterasi Tamil pada papan tanda. Pertama, penggunaan terjemahan Tamil dalam ruang yang dicirikan oleh etnik India mengekalkan identiti India secara eksklusif. Kedua, penggunaan simbolik skrip Tamil dan transliterasi bahasa Inggeris Tamil pada papan tanda mendedahkan kekurangan identiti Tamil dalam konteks pelancongan *Little India*. Akibatnya, artikel ini menegaskan bahawa bahasa Tamil dimanipulasi sebagai keunikan yang menarik perhatian pelancong malah bukannya mencerminkan identiti Tamil yang berkembang di Singapura.

Chan (2018) mengkaji LL di bandar Kamboja yang diistiyarkan sebagai Cambodia Town kedua Amerika Syarikat. Sebanyak 279 gambar telah dikumpulkan dari Lowell, Massachusetts pada bulan Ogos tahun 2013. Dua jalan utama dipilih sebagai lokasi kajian iaitu, Jalan Westford dan Jalan Branch. Hal ini demikian kerana, kedua-dua lokasi tersebut dipenuhi dengan pusat-pusat perniagaan. Semua gambar telah dimeterai dan dikodkan dengan Nvivo 10. Dapatan kajian menunjukkan hubungan antara berbilang bahasa, peranan Bahasa Khmer dan jumlah transliterasi yang terdapat dalam papan tanda. Kajian ini membincangkan secara rinci mengenai kedudukan Bahasa Khmer dan Bahasa Inggeris di Bandar Kemboja. Selain itu, kajian ini juga menganalisis fungsi bahasa Khmer. Kajian ini membantu pengkaji untuk mengetahui kepentingan penggunaan bahasa yang sesuai dalam papan tanda untuk menyampaikan maklumat yang tepat kepada masyarakat.

Landskap Linguistik (LL) menunjuk kepada objek linguistik yang menandakan ruang awam (Ben-Rafael, Shohamy, et al. 2006). Konsep ini membincangkan beberapa topik seperti sosial, politik, budaya, sehingga ekonomi. Melalui kajian LL, pengkaji (Erikha, 2018) meneroka jalan-jalan utama (râjamârga) di Gedung Agung Yogyakarta, dari fungsinya sebagai pengenalpastian nama tempat atau fungsi maklumat, dan untuk mesej atau fungsi simbolik. Pengkaji menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis data visual (fotografi) tanda nama jalan. Dapatan kajian mengesahkan dua fungsi landskap linguistik: a) tanda nama jalan sebagai fungsi maklumat seperti, merujuk tempat serta ruang sosial orang Jawa yang menggambarkan kumpulan etnik; b) tanda nama jalan sebagai fungsi simbolik seperti mengandungi satu tan makna (menurut falsafah Paraning Dumadi), menggariskan bahasa Jawa sebagai identiti kelompok, bahasa Jawa sebagai bahasa pribumi mereka sendiri, dikaitkan antara kuasa pemerintahan dan penamaan

tempat, malah berkaitan dengan tujuan ekonomi melalui tarikan pelancong berkunjung ke Yogyakarta.

Xiaomei dan Daming (2018) menjalankan kajian LL untuk mengenal pasti penggunaan bahasa dua masyarakat minoriti di Malaysia. Sebanyak 689 papan tanda awam telah digunakan sebagai sumber data dari dua jalan utama di Chinatown dan *Little India*, Kuala Lumpur. Data dianalisis berasaskan kaedah kuantitatif. Data yang dikumpul dibahagikan mengikut kategori monolingual, bilingual dan trilingual. Ciri bahasa yang terdapat pada papan tanda dianalisis untuk mengenal pasti impak berbilang bahasa pada papan tanda. Analisis menunjukkan bahawa dari segi LL Bahasa Cina, Bahasa Inggeris dan Bahasa Melayu diguna secara meluas di Chinatown manakala Bahasa Inggeris, Bahasa Melayu dan Bahasa Tamil menjadi Bahasa Dominan di Brickfields *Little India*. Kajian ini mempunyai persamaan dengan kajian LL di Brickfields *Little India* yang dikaji oleh pengkaji iaitu menerokai ciri- ciri budaya di papan tanda yang terletak di ruang awam. Malahan, kajian ini lebih tertumpu kepada penggunaan bahasa minoriti. Tetapi, pengkaji ingin menilai ciri-ciri papan tanda dari segi pandangan yang berbeza iaitu ciri-ciri budaya. Kajian ini membantu pengkaji untuk mengenal pasti lompang kajian.

Sathiaselan (2017) mengkaji pemilihan bahasa dalam landskap linguistik di *Little India*, Klang. Beliau menggunakan teori Ben-Rafael (2006), dan Shohamy, Ben-Rapfael & Bami, (2010) seperti "*top bottom*" dan "*bottom up*" untuk menganalisis data kajian ini. *Bottom up* merupakan tanda-tanda komersial yang diletakkan oleh individu, pemilik, kedai, penguasaha komersial dan pihak swasta. Selain itu, Parameter Landskap Linguistik yang digunakan oleh Supramani et al.,(2013) digunakan oleh pengkaji. Beliau telah menggunakan sebanyak 234 buah papan kenyataan sebagai sampel kajian.



Kaedah kualitatif dan kuantitatif telah dipraktikkan untuk menganalisis data. Beliau dapat menyimpulkan bahawa kebanyakan pemilik kedai menggunakan ketiga-tiga bahasa pada papan kenyataan. Walaupun Klang *Little India* merupakan tempat berniaga dan kebanyakannya ialah peniaga India tetapi Bahasa Melayu menjadi bahasa dominan yang digunakan pada papan kenyataan kerana Bahasa Melayu merupakan bahasa rasmi di negara Malaysia dan mudah difahami oleh semua warga Malaysia. Daripada ulasan yang diberi oleh seorang responden, Malaysia merupakan negara yang terdiri daripada pelbagai kaum. Oleh itu, selain Bahasa Melayu, Bahasa Inggeris atau bahasa minoriti lain yang digunakan pastinya dapat menarik minat pelanggan kaum lain. Akhirnya, pengkaji mengatakan bahawa faktor bahasa, ekonomi, identiti dan majoriti mendorong untuk menggunakan Bahasa Melayu pada papan kenyataan.

Yannuar (2017) membincangkan LL di kawasan Malang, Indonesia. Kajian ini memberi tumpuan kepada beberapa kawasan di kota Malang termasuk Pasar besar Malang, alun-alun Malang, Soekarno Hatta Street dan Veteran Street. Kawasan ini telah dipilih kerana ia meliputi kawasan lebih tua serta kawasan yang baru dibangunkan di bandar tersebut. Semua papan tanda yang terdapat di persekitaran kawasan tersebut telah digunakan sebagai sampel kajian. Analisis menunjukkan bahawa Bahasa Indonesia adalah bahasa dominan dan dianggap sebagai bahasa yang amat penting dalam kalangan masyarakat. Kajian ini membantu pengkaji untuk memilih lokasi yang tepat untuk dikaji. Seperti yang diketahui, Brickfields adalah kawasan yang terunggul untuk komuniti India.

Silva (2017) telah menjalankan kajian LL di Jakarta terhadap papan tanda bukan komersial. Sebanyak lima jalan utama telah dipilih di persekitaran Jakarta untuk mengumpul sampel kajian. Sebanyak 47 papan tanda bukan komersial telah diselidik dari

perspektif semiotik. Hasil kajian menunjukkan bahawa penggunaan Bahasa Indonesia dalam papan tanda awam adalah tinggi berbanding bahasa lain. Penggunaan Bahasa Inggeris adalah terhad dan digunakan pada tahap tertentu, khususnya pada papan tanda yang berkaitan dengan teknologi dan maklumat. Melalui kajian ini, dapat diketahui bahawa negara Indonesia lebih mementingkan bahasa ibunda berbanding bahasa-bahasa lain dan mereka berusaha untuk mempertahankan identiti mereka dengan mengekalkan Bahasa Indonesia pada papan-papan tanda dalam negara mereka. Pengkaji memilih ciri-ciri budaya sebagai elemen penting dalam kajian dipengaruhi daripada kajian ini. Kajian mengenai ciri- ciri budaya pada papan tanda di Brickfields *Little India* pula menunjukkan identiti kaum masyarakat India yang tinggal di negara ini.

Zimny (2017) mengkaji papan tanda awam *Independence Avenue* di Windhoek Namibia. Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti dasar Bahasa Namibia dan amalan Bahasa sebenar Namibia ditunjukkan dalam papan tanda komersial dan bukan komersial. Kajian ini dijalankan dengan menggunakan teori geosemiotik untuk menjelaskan bagaimana papan tanda membuatkan sesuatu ruang menjadi tempat atau lokasi yang spesifik atau khas. Beratus- ratus gambar papan tanda awam telah dikumpul untuk dianalisis bagi kajian ini. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif. Dapatan kajian menunjukkan bahawa papan tanda di Namibia mengistiharkan Bahasa Inggeris sebagai bahasa rasmi negara tetapi penduduk negara tersebut masih diberikan kebebasan untuk menggunakan bahasa kebangsaan yang lain mengikut majoriti. Penggunaan Bahasa Inggeris dalam LL Namibia seperti *Independence Avenue* menunjukkan kepelbagaian bahasa dan budaya yang diamalkan dalam negara tersebut.

Kajian bertajuk Kesilapan Antara Amalan Bahasa Minoriti Dan Dasar Bahasa Kebangsaan Di Malaysia: Pendekatan Landskap Linguistik dijalankan Xiaomei pada

2017. Kajian ini dijalankan dengan pendekatan landskap linguistik (LL) terhadap penggunaan bahasa dua komuniti minoriti di Malaysia. Sebanyak 689 gambar digital papan tanda awam telah dikumpulkan dari dua jalan utama di *Chinatown* dan *Little India*, Kuala Lumpur dan dianalisis secara kuantitatif dengan bantuan *FileMaker* 10.0. Bagi setiap tanda dalam pangkalan data, ia ditentukan sama ada ia adalah tanda ekabahasa atau berbilang bahasa, bahasa yang digunakan dalam tanda itu, dan bahasa yang digunakan adalah yang dominan dalam kes tanda berbilang bahasa. Berdasarkan ciri-ciri tanda di atas, keterlihatan bahasa yang berbeza dalam landskap linguistik telah dianalisis. Analisis menunjukkan susunan kedudukan penglihatan berikut: Cina, Inggeris dan Melayu di *Chinatown*; dan Inggeris, Melayu dan Tamil di *Little India*. Dapatan ini menunjukkan bahawa amalan linguistik kedua-dua etnik minoriti itu terkeluar daripada dasar bahasa negeri iaitu memartabatkan Bahasa Melayu atau bahasa kebangsaan. Ketidakpadanan antara dasar negara dan amalan komuniti minoriti dijelaskan oleh kedua-dua nilai bukan penggunaan ekspresi identiti dan nilai penggunaan komunikasi LL dan oleh motivasi politik dan ekonomi dasar bahasa.

Kajian Guowen Shang & Libo Guo (2017) mengkaji tentang kepelbagaian bahasa di nama-nama kedai di Singapura. Bahasa tertentu di ruang awam adalah parameter penting bagi daya hidup etnolinguistik mereka dalam sesebuah masyarakat. Berdasarkan data daripada kerja lapangan secara langsung, kertas kerja ini meneroka paparan pelbagai bahasa pada nama kedai yang dibentangkan di pusat kejiranan Singapura untuk mendedahkan cara pemilik kedai tempatan menangani pelbagai bahasa dalam masyarakat yang heterogen dan hibrid dari segi bahasa ini. Di samping menganalisis dorongan komersial untuk memikat para pelanggan, nama kedai juga berfungsi untuk menandakan identiti pemilik kedai dan keutamaan bahasa yang berkaitan. Didapati bahawa bahasa Inggeris lazim digunakan pada semua jenis papan tanda kedai. Walaupun, Bahasa Cina

adalah kod pilihan pada tanda dwibahasa dan berbilang bahasa serta cenderung digunakan untuk mewakili nama kedai utama. Bahasa rasmi yang lain jarang ditunjukkan pada papan tanda kedai. Pengkaji berpendapat bahawa daya hidup bahasa yang berbeza mungkin terhasil daripada campuran faktor sosial seperti dasar bahasa makro negara, struktur demografi, serta pembinaan identiti etnik dan budaya. Landskap linguistik di pusat kejiiran Singapura menunjukkan bahawa kecukupan pragmatik dan afektif adalah keutamaan dalam pembinaan wacana mereka.

Beh dan Yn Jiou (2017) menjalankan kajian bertajuk *Language policy as reflected in the linguistic landscape in George Town, Penang*. Ia merupakan kajian sosiolinguistik tentang dasar bahasa dan perancangan bahasa di Malaysia. Pendekatan Landskap Linguistik (LL) diguna pakai sebagai rangka kerja untuk menyiasat penggunaan bahasa pada papan tanda di ruang awam George Town, Pulau Pinang, khususnya di Jalan Pulau Pinang. Dengan mengkaji pilihan bahasa pada papan tanda di ruang awam, pengkaji dapat menilai bagaimana dasar bahasa Malaysia dicerminkan dalam realiti. Kedua-dua kaedah kualitatif dan kuantitatif digunakan dalam kajian. Bagi kaedah kuantitatif, gambar papan tanda di ruang awam telah diambil menggunakan kamera digital. Data yang dikumpul telah diproses oleh perisian *File Maker*. Temu bual telah dijalankan untuk melengkapkan kaedah kuantitatif. Dapatan kajian menunjukkan bahawa *Penang Road* mempunyai pelbagai bahasa dengan pelbagai bahasa boleh dilihat dalam landskap linguistik. Walaupun bahasa Melayu diiktiraf sebagai bahasa kebangsaan dalam dasar bahasa, dan bahasa itu adalah satu kemestian dalam dasar papan tanda, amalan sebenar menunjukkan sebaliknya. Kajian membuktikan bahawa terdapat ketidakselarasan antara dasar bahasa yang ditetapkan dan bahasa sebenar yang digunakan pada papan tanda iklan. Hasil kajian ini diharapkan dapat meningkatkan kefahaman tentang landskap linguistik masyarakat

berbilang bahasa dan etnik Malaysia serta memberi implikasi terhadap pelaksanaan dasar bahasa kebangsaan.

Selain itu, hasil penyelidikan Xia dan Lisheng Li (2016) mengenai penggunaan bahasa dalam papan tanda dwibahasa dan berbilang bahasa dijalankan di China. Objektif kajian ialah mengenal pasti bahasa yang digunakan oleh penduduk setempat dan juga para pelancong. Pengkaji menerangkan bahawa keperluan bahasa Inggeris telah menegaskan sepenuhnya oleh majoriti mutlak. Teori Scollon dan Scollon (2013) geosemiotik telah digunakan untuk mengkaji kesemua data tersebut. Kaedah kualitatif telah digunakan untuk kajian ini. Pengkaji menyimpulkan bahawa Bahasa Inggeris telah digunakan terutamanya untuk membantu dan membimbing pelancong, mengiklankan kawasan tersebut serta bagi memenuhi permintaan pelancong. Di samping itu, Bahasa Inggeris juga digunakan sebagai alat komunikasi; memperkenalkan kemudahan kepada pelancong dengan mudah seiring dengan menggalakkan kerajaan hormat warga asing serta digunakan sebagai bentuk tarikan bagi pelancong asing untuk memilih produk-produk tempatan.

Tang (2016) menggunakan ekologi bahasa sebagai kerangka konsep dan pendekatan LL sebagai alat metodologi untuk mengumpul dan menganalisis data. Tujuan pertama kajian ini ialah untuk mengenal pasti bagaimana empat bahasa rasmi Singapura iaitu Melayu, Cina, Tamil dan Inggeris telah digunakan pada papan tanda yang dibina oleh tiga pihak utama iaitu kerajaan Singapura, syarikat – syarikat dan individu tertentu. Tujuan kedua pula, menerokai fungsi bahasa terutamanya Bahasa Inggeris. Tujuan pertama kajian ini ditetapkan berasaskan LL manakala tujuan kedua berdasarkan ekologi bahasa. Sebanyak 555 gambar telah diambil di sekitar MRT daripada Line Circle. Analisis menunjukkan bahawa penggunaan Bahasa Inggeris yang

meluas dengan mempunyai 63 % daripada jumlah keseluruhan papan tanda. Seterusnya diikuti dengan Bahasa Cina, Bahasa Melayu. Penggunaan Bahasa Tamil adalah terhad dan biasanya digunakan untuk nama jalan, stesen dan sebagai terjemahan daripada mesej panjang, rumit dalam Bahasa Inggeris. Bahasa Inggeris mempunyai tempat yang kukuh di negara Singapura. Bahasa Inggeris digunakan secara luas kerana ia digelar sebagai Bahasa global bagi tujuan ekonomi. Bahasa Inggeris juga berperanan sebagai bahasa tempatan untuk mengekalkan keharmonian kaum dan komunikasi antara etnik. Di samping itu, keputusan kuantitatif dan analisis kualitatif menunjukkan kemungkinan peralihan Bahasa Cina ke Bahasa Inggeris pada papan tanda awam dan mencadangkan bahawa walaupun dasar Bahasa di Singapura muncul untuk menyelaraskan penggunaan Bahasa yang sesuai untuk menyampaikan maklumat yang dikehendaki oleh masyarakatnya. Kajian ini menyatakan bahawa penggunaan Bahasa Tamil terhad di negara Singapura. Malaysia merupakan negara yang berbilang kaum, sama seperti Singapura. Justeru, dapatan kajian ini boleh dirujuk sebagai panduan untuk menganalisis data.

Paolo Coluzzi (2017) mengkaji kehadiran Bahasa Itali dalam Linguistik Landskap (LL) di Kuala Lumpur, Malaysia. Penggunaan Bahasa Itali yang meluas dan ia merupakan salah satu bahasa Eropah yang paling banyak digunakan selepas Bahasa Inggeris. Kaedah campuran kualitatif dan kuantitatif telah digunakan untuk menganalisis data. Data kajian telah diambil daripada pusat membeli-belah terbesar dan terkenal di Kuala Lumpur, iaitu Pavilion (Jalan Bukit Bintang). Sebanyak 20 pemilik kedai telah dipilih secara rawak dan ditemubual untuk mengenal pasti faktor pemilihan Bahasa Itali sebagai nama kedai. Dapatan kajian menunjukkan bahawa Bahasa Itali digunakan secara meluas di pusat membeli-belah tersebut. Sebaliknya, penggunaan Bahasa Itali kurang di bandar-bandar kecil dan tidak dapat ditemui di kampung-

kampung. Kajian ini dapat menjadi panduan dalam pengumpulan pemilihan lokasi dan data kajian.

Brito (2016) mengkaji LL tiga kawasan di bandar Malmö, Sweden iaitu di *vastra Hamnen*, *Mollevangan* dan *Rosngard*. Tujuan kajian ini adalah untuk mengenal pasti penggunaan bahasa dalam ketiga-tiga kawasan tersebut. Teks yang terdapat dalam ruang awam telah dikumpulkan dan dianalisis bagi mengetahui bagaimana bahasa memainkan peranan dalam LL tempat – tempat tersebut. Keputusan analisis ini menunjukkan bahawa bahasa memainkan peranan utama di landskap Malmö, Sweden. Tambahan pula, bahasa yang digunakan di setiap tempat tersebut adalah berbeza dan mempunyai keunikan tersendiri walaupun ketiga-tiga tempat tersebut boleh dicantumkan sebagai suatu tempat yang utama. Kajian ini membantu dan menjadi panduan untuk menentukan kriteria pemilihan tempat kajian.

Kajian seterusnya ialah kajian Paolo Colluzi (2015) tentang bahasa yang digunakan di tempat ibadat di Kuala Lumpur. Pengkaji menggunakan kaedah kuantitatif dan temubual untuk mengumpul data kajian. Sebanyak 7 buah tempat ibadat pelbagai kaum di sekitar Kuala Lumpur dipilih sebagai lokasi kajian. Dapatan kajian menunjukkan bahawa 4 daripada 7 tempat ibadat itu menggunakan bahasa Inggeris sebagai bahasa dominan walaupun Bahasa Inggeris bukan bahasa rasmi di Malaysia. Tujuan bahasa Inggeris digunakan adalah untuk memudahkan para pelancong mengenali bahasa dan budaya sesuatu kaum tersebut. Kajian lepas ini membantu pengkaji untuk memilih metodologi dan cara interpretasi dapatan yang diperolehi.

Supramani (2013) menjalankan kajian linguistik landskap di sekitar tempat di *Brickfields Little India*. *Little India* adalah salah satu pusat dagangan masyarakat India yang terkenal di Malaysia. Objektif utama kajian ini adalah untuk menganalisis

penggunaan Bahasa Tamil di Brickfields. Sebanyak 230 papan tanda telah dikaji oleh beliau. Hasil kajian menunjukkan bahawa penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda terhad berbanding penggunaan Bahasa Inggeris. Pengkaji menganggap bahawa penggunaan Bahasa Inggeris adalah meluas disebabkan globalisasi. Secara amnya, Bahasa Inggeris telah meluaskan kuasanya di beberapa tempat di Malaysia. Pengkaji menjalankan kajian semasa untuk mengevaluasi pernyataan ini dengan mengkaji penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda di sebuah tempat yang agak istimewa bagi orang yang berbahasa Tamil.

Husin Misyana (2019) menjalankan kajian tentang *Mapping the Linguistic Landscape of Kuala Lumpur*. Linguistik Lanskap LL merujuk kepada keterlihatan dan kepentingan bahasa pada tanda awam dan komersial di wilayah atau wilayah tertentu. Papan tanda yang paling tinggi boleh didapati di bandar dan pekan, terutamanya di jalan membeli-belah utama dan kawasan perindustrian. Kajian ini adalah analisis segerak tanda kedai komersial bergambar digital di tiga wilayah terpilih di Kuala Lumpur yang memfokuskan kepada corak penggunaan bahasa. Penemuan menunjukkan papan tanda kedai dwibahasa mendominasi jalan membeli-belah di kawasan bersebelahan dan dalam Kuala Lumpur. Iaitu bahasa Inggeris lebih lazim daripada bahasa kebangsaan atau bahasa lain. Terdapat juga keterlihatan bahasa asing yang menawarkan kepelbagaian linguistik di landskap bandar. Bahasa Melayu digunakan sebagai Bahasa Kebangsaan dan Bahasa Inggeris diguna kerana ia Bahasa komunikasi Antarabangsa. Kuala Lumpur merupakan sebuah pusat bandar yang dikunjungi oleh ramai pelancong asing. Oleh itu, penggunaan Bahasa Inggeris lebih berbanding Bahasa lain. Ringkasnya, multibahasa di kawasan itu berpunca daripada bahasa yang berbeza digunakan dan berfungsi dalam cara yang berbeza.



Wang (2013) dalam kajian *Linguistic Landscape of China: A Case Study of Shop Signs in Beijing* memberi tumpuan kepada kajian kes mengenai papan tanda kedai di sekitar Beijing. Persampelan yang dipilih ialah kawasan bandar iaitu Jalan Wungfungjing, iaitu salah sebuah jalan yang paling mewah di China. Sebanyak 89 buah kedai dipilih dan papan-papan tanda di kedai-kedai tersebut menjadi bahan kajian ini. Pengkaji tersebut menjalankan tinjauan dari hulu ke hilir jalan untuk mengumpul data. 64 daripada jumlah kedai yang dipilih menggunakan tulisan Cina dan 46 kedai menggunakan tulisan Bahasa Inggeris. Hal ini membuktikan bahawa Bahasa Inggeris mempunyai impak yang nyata pada papan tanda di jalan wangfungjing. Hasil dapatan daripada kajian ini tidak boleh dijadikan satu generalisasi bagi kesemua bandar besar di China. Ini berlandaskan kepada pemerhatian di bandar besar lain seperti penggunaan Bahasa Arab yang luas di Bandar Shenzhen dan Bahasa Korea di jalan Wuaokao di Beijing sepertimana Bahasa Inggeris digunakan secara leluasa pada papan-papan tanda di jalan Wangfungjing.

Bosch (2013) telah menjalankan kajian di “The Nay of Palma” di Mallorca Sepanyol. Tempat ini merupakan salah satu destinasi pelancongan yang popular di Meditterance. Sebanyak 736 gambar telah dikumpul dari lokasi kajian dan dianalisis. Papan tanda yang terdapat di perkarangan Mallorca ditulis dalam Bahasa Inggeris dan Bahasa Sepanyol. Analisis data menunjukkan bahawa penggunaan Bahasa Catalan dalam LL tidak seimbang. Hal ini demikian kerana penggunaan papan tanda *top down* adalah banyak berbanding dengan papan tanda *bottom up*. Kajian LL Brickfields *Little India* pula, meggunakan kajian ini sebagai panduan untuk kenal pasti ciri- ciri yang terdapat pada papan tanda.

Kasanga (2012) telah menjalankan kajian LL di pusat bandar Phenom Penh, Kemboja. Data diperolehi daripada beberapa papan tanda di kawasan itu. Dapatan kajian menunjukkan bahawa Bahasa Kemboja iaitu, Bahasa Khmer adalah bahasa yang paling menonjol manakala Bahasa Inggeris menduduki tempat kedua di kawasan tersebut. Walaubagaimanapun, majoriti, sebanyak 51 peratus daripada papan-papan tanda ditulis dalam dwibahasa iaitu bahasa Khmer dan Bahasa Inggeris. Pengkaji berpendapat bahawa dasar pendidikan menyebabkan Bahasa Inggeris menjadi lebih popular.

Kajian Taylor Leech & Kerry Jane (2012) iaitu "*Language choice as an index of identity: linguistic landscape in Dili, Timor-Leste*" menunjukkan bagaimana indeks pilihan bahasa iaitu identiti sosial dan negara dalam landskap linguistik Dili, ibu negara Timor-Leste. Landskap linguistik dikaji melalui keadaan bahasa semasa di negara tersebut, warisan penjajah dan cabaran pembangunan di Timur-Leste yang berterusan. Dalam kajian ini, tatabahasa visual rasmi dan bukan rasmi pada papan-papan tanda awam yang terdapat di ibu kota 'selatan' dibincangkan. Seterusnya, penggunaan bahasa dalam pelbagai jenis papan tanda dianalisis dengan menggunakan konsep bahasa yang dipamerkan. Implikasi terhadap dasar bahasa juga dikaji, dengan mengambil kira proses yang lebih luas iaitu perubahan sosial, politik dan ekonomi di tempat kerja dalam negara yang baru diwujudkan. Kajian ini adalah ke atas kualiti pemilihan bahasa pada papan-papan tanda di bandaraya Dili, Timur Leste. Tambahan pula, kajian ini memfokuskan tatabahasa visual untuk mengkaji bagaimana papan-papan tanda menyampaikan maksud mereka. Kajian lapangan telah dilakukan di Colmera, iaitu di satu kawasan perniagaan di Dili. Kajian dijalankan melalui penggambaran iaitu menggunakan kamera untuk menangkap gambar papan-papan tanda yang padat bilangannya di kawasan ini. Gambar yang ditangkap dibahagikan kepada tanda rasmi dan bukan rasmi. Corak penggunaan bahasa Portugis dalam papan tanda rasmi mencerminkan dasar bahasa rasmi dimana

Portugis ialah bahasa penggunaan yang luas dan merupakan ikon bersama bagi identiti kebangsaan dengan bahasa Tetum, iaitu bahasa di Timur Leste. Penggunaan bahasa Inggeris dalam tanda-tanda komersial dicirikan dalam kajian ini sebagai simbol globalisasi, kemodenan dan fesyen, dipaparkan untuk menarik pelanggan tempatan dan asing. Cadangan yang diutarakan ialah kombinasi dengan keterangan lain, data menunjukkan bahawa langkah-langkah yang lebih kukuh daripada kedua-dua pihak berkepentingan iaitu pihak rasmi berkuasa dan pihak bukan rasmi akan diperlukan untuk memastikan keterlihatan bahasa kebangsaan serta memberinya posisi yang terjamin dalam landskap linguistik di Timur Leste.

Kajian Akindele (2011) pula menjalankan satu kajian landskap linguistik sebagai Komunikasi awam: Satu kajian tentang papan tanda awam di Gaborone Botswana, Afrika. Kajian ini menggunakan Teori Landry dan Bourhis (1997); mengatakan bahawa papan tanda awam dan komersial di kawasan wilayah adalah untuk menonjolkan keunikan bahasa. Pengkaji juga menjalankan kajian ini dengan menggunakan kaedah kuantitatif. Analisis landskap linguistik ini bergantung kepada analisis visual dan fotografi. Sebanyak 270 gambar telah digunakan sebagai sampel kajian. Pengkaji menyimpulkan bahawa Landskap Linguistik ini digunakan untuk membezakan antara fungsi bermaklumat dan simbolik tanda. Sesuatu bahasa tertentu digunakan sebagai alat komunikasi misi untuk membuat perniagaan. Dele (2011) juga mengatakan bahawa fungsi simbolik pula merujuk kepada nilai dan status bahasa yang dilihat oleh komuniti lain. Di Botswana pula dasar bahasa digunakan dalam pendidikan, media, kehidupan sosial media dan ekonomi domain. Dalam temu bual pula, peniaga mengatakan penggunaan suatu bahasa dalam papan kenyataan adalah untuk menarik pelanggan. Ia juga menunjukkan salah satu pasaran daripada proses globalisasi. Penggunaan bahasa Setswana dan Cina masih digunakan sebagai bahasa kedua dan

ketiga di papan kenyataan di Botswana untuk memelihara bahasa tersebut supaya tidak dilupai oleh penduduk.

Gorter (2008) menjalankan kajian mengenai Lanskap linguistik sebagai satu pendekatan baru kepada multilinguistik. Kajian ini menjurus kepada penggunaan multilinguistik dalam landskap linguistik. Lanskap linguistik boleh disimpulkan sebagai penggunaan lebih daripada satu bahasa dalam konteks sosial. Kajian ini memfokus ke arah penggunaan bahasa-bahasa dalam papan pengiklanan serta papan tanda nama sesuatu tempat. Kajian ini memfokus kepada lanskap linguistik dalam kalangan masyarakat di 5 buah negara iaitu Israel, Thailand, Jepun, Belanda dan Sepanyol. Data dikumpul melalui pengambilan gambar-gambar papan tanda dalam lanskap linguistik menggunakan kamera digital. Perbezaan dalam budaya, sosioekonomi dan politik banyak mempengaruhi kajian ini. Kesan-kesan globalisasi banyak mempengaruhi lanskap linguistik dengan peningkatan penggunaan bahasa Inggeris. Kota-kota metropolitan paling banyak dipengaruhi oleh bahasa Inggeris sebagai bahasa global yang mempunyai kepentingan tertinggi. Walaubagaimanapun, di negara Jepun, terdapat satu hasil kajian yang unik di mana terdapat perbezaan dalam multilinguistik di antara papan tanda awam dan papan tanda swasta. Papan-papan tanda awam di Jepun masih banyak dipengaruhi oleh bahasa tempatan. Namun begitu papan-papan tanda swasta pula banyak menggunakan bahasa asing, khususnya Bahasa Inggeris sebagai alat komunikasi.

David dan Govindasamy (2005) mengatakan bahawa bidang sociolinguistik merupakan bidang yang menghubungkan Bahasa dan masyarakat. Perancang Bahasa dan pembuat dasar boleh menggunakan ilmu ini untuk membuat keputusan yang tepat. Kajian ini meneliti dasar Bahasa dan strategi yang digunakan oleh ramai orang untuk membentuk LL di Petaling Jaya, di negeri Selangor, Malaysia. Kajian ini tertumpu

kepada corak penggunaan bahasa pada papan tanda swasta dan kerajaan untuk mengetahui sama ada dasar bahasa *top-down* telah dipatuhi oleh pihak yang membina papan tanda. Sebanyak 400 gambar papan tanda kedai-kedai, restoran, kafe, internet dan pejabat telah dikumpul untuk dianalisis. Keputusan menunjukkan bahawa majoriti papan tanda yang dipaparkan adalah dalam berbilang bahasa. Pembuat papan tanda telah mematuhi dasar rasmi khususnya aspek yang berkaitan dengan Bahasa Kebangsaan iaitu Bahasa Melayu (BM) dari segi *font* dan struktur bahasa. Tetapi, ada juga pemilik kedai cenderung menggunakan strategi untuk memintas dasar. Penentangan terhadap dasar rasmi disebabkan oleh motif komersial. Oleh itu, pengkaji menyimpulkan bahawa Bahasa Melayu memainkan peranan penting dalam papan tanda yang terdapat di Petaling Jaya.

Cenoz dan Gorter (2006) membandingkan dua analisis perkhidmatan yang dijalankan di dua kawasan di Eropah, satu di Friesland, Belanda dan Bahasa Sepanyol di Basque Country. Kedua-dua kawasan berkongsi kehadiran bersama bahasa rasmi minoriti (Basque dan Friesian) yang wujud di samping bahasa rasmi majoriti (Sepanyol dan Belanda), dengan bahasa Inggeris sebagai bahasa Antarabangsa. Mereka melihat perbezaan besar dalam penggunaan bahasa minoriti berbanding dengan pemilihan bahasa majoriti mereka pada papan-papan tanda dan demografi penutur bahasa ini. Di Ljouwert, hampir separuh daripada penduduk bertutur Frisian, namun angka bahasa minoriti hanya 3% pada tanda-tanda diperhatikan dan berdominan sebanyak 2% pada tanda-tanda. Sebaliknya, kira-kira satu pertiga daripada penduduk di Donostia bertutur dalam bahasa Basque. Bahasa minoriti itu digunakan sebanyak 50% pada papan-papan tanda dan 28% memberikan keutamaan kepada bahasa ini iaitu menggunakan sebagai bahasa dominan.

Kesemua kajian di atas telah dijalankan pada ruang awam iaitu Lanskap Linguistik. Kebanyakan kajian memberi keutamaan kepada penggunaan bahasa yang terdapat pada papan tanda, papan kenyataan di ruang awam. Bahasa merupakan suatu alat komunikasi yang menghubungkan masyarakat yang tinggal di sesuatu tempat. Kebanyakan bahasa yang terdapat pada papan tanda tersebut ialah Bahasa Inggeris dan juga bahasa rasmi negara tersebut. Bahasa Inggeris diguna secara leluasa kerana ia merupakan bahasa pengantar di kebanyakan negara dan bahasa antarabangsa. Bahasa rasmi atau bahasa kebangsaan digunakan bagi mencerminkan masyarakat yang tinggal di tempat tersebut dan mengukuhkan identiti tersendiri. Kebanyakan negara menggunakan bahasa ibunda atau bahasa minoriti pada papan tanda di tempat majoriti masyarakat tersebut tinggal. Tempat tersebut diklasifikasikan sebagai kawasan yang unik dan penuh dengan kebudayaan masyarakat tersebut. Terdapat juga penggunaan ciri-ciri kebudayaan masyarakat tersebut pada papan-papan tanda. Oleh itu, kajian-kajian di atas memberi penjelasan kepada pengkaji yang mengkaji bahasa ibunda yang dituturkan oleh sebuah masyarakat yang tinggal di negara yang berbilang kaum dan penggunaan bahasa dan ciri kebudayaan masyarakat tersebut pada papan tanda.

### **2.3 Kajian Linguistik Landskap di Luar Bandar**

Ciri-ciri landskap linguistik orang asli dan ciri-ciri bahasa visual tradisional di bawah kerangka teori geosemiotik dianalisis dalam artikel berjudul *Traditional Visual Language: A Geographical Semiotic Analysis of Indigenous Linguistic Landscape of Ancient Waterfront Towns in China* oleh Sheng dan John Buchanan. Sebagai kajian kes terhadap landskap linguistik orang asli yang terletak di bandar tepi laut purba China, data etnografi dikumpul melalui tinjauan lapangan selama 3 bulan dengan mengambil

sebilangan besar gambar tanda *top down* dan *bottom up*. Selain itu, soal selidik separa berstruktur dan temu bual dijalankan untuk mengenali warisan kawasan itu secara mendalam. Berdasarkan rangka koseptual geosemiotik dan analisis model bahasa visual, kajian ini menjelaskan bahawa Bahasa Cina menduduki kedudukan dominan dan mempunyai hierarki visual yang lebih tinggi daripada bahasa lain. Semiotik Cina yang berasaskan simbol, warna, tekstur, tulisan dan elemen visual tradisional termasuk papan tanda, plak kaligrafi berperanan dalam landskap linguistik. Seterusnya, landskap peribumi bersesuaian dengan bahasa setempat dan artifak di perbandaran tepian air bagi menunjukkan identiti tersendiri. Dapatan kajian ini menegaskan bahawa Bahasa Cina menduduki kedudukan tertinggi di kawasan tersebut. Kajian ini membantu pengkaji untuk memilih kaedah mengumpul maklumat yang sesuai bagi kajian mengenai budaya sesuatu kelompok secara mendalam iaitu melalui kaedah temu bual.

#### **2.4 Kajian tentang Papan-Papan Tanda**

Indonesia merupakan salah satu negara yang paling banyak berbilang bahasa di dunia, di mana kira-kira 700 bahasa tempatan yang dituturkan. Multibahasa ini terancam akibat penggunaan bahasa kebangsaan dan penguasaan Bahasa Inggeris sebagai bahasa antarabangsa. Menurut pendekatan semiotik sosial untuk kajian landskap linguistik, kertas kerja oleh Zulfa Sakhiyya -dan Nelly Martin-Anatias (2023) meneroka bagaimana bahasa digunakan dan dimanipulasi di tiga bandar besar di Indonesia, iaitu di Jogjakarta, Semarang dan Depok. Pengkaji melihat papan tanda daripada perusahaan swasta (iaitu kedai dan restoran) dan membandingkannya dengan papan tanda awam di bangunan kerajaan. Ketegangan antara dasar bahasa mikro (hak pilihan bahasa peribadi dan individu) dan dasar bahasa makro seperti yang dinyatakan dalam dasar bahasa

kebangsaan/serantau telah dikaji. Kajian ini mendedahkan corak landskap linguistik yang berbeza. Iaitu papan tanda awam menggunakan bahasa Indonesia, bahasa Jawa, dan bahasa Inggeris secara luas manakala papan tanda persendirian menggunakan bahasa Indonesia, Inggeris dan bahasa asing lain seperti Korea, Jepun dan Mandarin. Dengan membina konstruk landskap linguistik, pengkaji menyimpulkan bahawa pilihan bahasa tidak sewenang-wenangnya. Oleh itu kertas kerja dapat membuktikan bahawa landskap linguistik adalah mekanisme yang berkesan untuk menghidupkan semula bahasa tempatan yang berisiko, dalam hal ini bahasa Jawa.

Papan tanda kedai adalah suatu petunjuk dilihat secara mudah yang menjelaskan landskap linguistik sesuatu tempat Alotaibi (2022). Wafa (2022) dalam kajiannya bertajuk *Linguistic Landscape of Bilingual Shop Signs in Saudi Arabia* menyelidik lanskap linguistik pada papan tanda kedai dwibahasa di Arab Saudi. Secara amnya, papan tanda kedai adalah petunjuk yang boleh mencerminkan landskap linguistik sesuatu tempat. Kajian lepas ini mengkaji huruf dwibahasa pada papan tanda kedai di sebuah pusat beli belah di Riyadh dan Jeddah. Secara keseluruhan, 184 papan tanda telah digunakan sebagai sumber data dan 68 daripadanya disenaranai pendek untuk analisis lanjut. Sebilangan besar papan tanda adalah dwibahasa di mana hampir 67% menggunakan saiz huruf yang sama dan hampir 65% menggunakan maklumat yang sama. Kajian ini juga dianggap akan membantu untuk membetulkan kesalahan atau menaiktarafkan papan tanda dari segi bahasa di negara-negara lain. Kajian lepas ini menjurus pengkaji untuk memilih papan tanda sebagai sumber data bagi kajian ini.

Anuarudin (2012) mengkaji tentang kepelbagaian bahasa yang terdapat pada papan tanda yang terletak di Lebuhraya PLUS. Khususnya dari Lapangan Terbang Kuala Lumpur ke plaza Tol KLIA. Dapatan menunjukkan bahawa Bahasa Kebangsaan dan



Bahasa Rasmi, iaitu Bahasa Melayu tidak terdapat pada kesemua papan tanda. Bahasa Inggeris lebih banyak ditemui. Dapatan kajian menunjukkan iklan tanpa penggunaan Bahasa Melayu dipaparkan walaupun bercanggah dengan undang-undang yang sedia ada. Tambahan pula, kebanyakan papan tanda yang dikaji tempat tersebut, tidak mempunyai simbol berkaitan Bahasa Melayu.

Ben-Rafael (2006), dan Shohamy & Bami, (2010) membezakan papan-papan tanda seperti "*top-down*" dan "*bottom - up*". Menurut kajian, tanda-tanda "*top-down*" diklasifikasikan sebagai tanda-tanda yang dipaparkan oleh pihak pemerintah seperti tanda-tanda jalan raya dan iklan-iklan kemasyarakatan. Manakala, tanda-tanda lain yang tidak dipaparkan oleh pihak pemerintah atau penguasa tempatan dianggap sebagai tanda-tanda "*bottom - up*", seperti tanda-tanda kedai atau premis perniagaan. Pengkaji memilih tanda-tanda *bottom-up* di lokasi kajian iaitu Brickfields *Little India* kerana ia merupakan tapak perniagaan. Pengkaji menggunakan teori Ben-Rafael untuk mengklasifikasi papan-papan tanda yang sesuai dijadikan sampel kajian. Teori ini membantu pengkaji untuk menetapkan batasan kajian.

Backhaus (2007) dalam kajian *Linguistic Landscapes. A Comparative Study of Urban Multilingualism in Tokyo* menganalisis papan-papan tanda pelbagai bahasa di kawasan sekitar stesen keretapi di Tokyo. Backhaus menumpukan tanda-tanda pelbagai bahasa di Tokyo dengan menggunakan kaedah kuantitatif dan kualitatif. Beliau telah mengumpulkan sebanyak 2444 tanda pelbagai bahasa dari 28 kawasan kajian. Mengikuti Landry dan Bourhis (1997), Backhaus mengklasifikasikan semua tanda-tanda yang berkaitan dengan kerajaan terutamanya oleh pentadbiran kerajaan Metropolitan Tokyo, atau agensi kerajaan negara sebagai tanda-tanda *top-down*. Manakala tanda-tanda yang lain iaitu swasta diklasifikasikan sebagai tanda-tanda *bottom-up*. Menurut, Backhaus

bahasa Inggeris lebih menggunakan dalam tanda-tanda *bottom-up* manakala bahasa Jepun kebanyakannya digunakan dalam tanda-tanda kerajaan iaitu hampir 97% pemilihan bahasa Jepun adalah dalam tanda-tanda *top-down*. Kajian juga berfokus dalam mengenal pasti perbezaan bahasa yang digunakan, kedudukan dan saiz tulisan papan - papan tanda awam (*top-down*) dan swasta (*bottom-up*).

Kajian Landskap Linguistik telah dikaji dalam pelbagai aspek. Contohnya, *billboards @* papan tanda (Tulp, 1978) nama kedai dan simbol (Sadikhova & Marjan 2000; Schlick, 2002, 2003; Macgregor, 2003; Dimova 2007). Tanda jalan raya pula dikaji oleh (Puzay, 2007). Semua simbol, tanda yang boleh dilihat pula dikaji oleh (Cenoz & Gorter, 2006; Dagenis, moore, Sabatier, Lamarre & Armand, 2009). Edelman, 2009; Tufi dan Blackwood, 2010 pula mengkaji tentang nama jenama yang terdapat pada Linguistik Landskap. Pengkaji memilih papan tanda sebagai elemen kajian untuk menyelidik hubungannya dengan ciri budaya.

Nik Safiah Karim (1992) menyatakan bahawa papan-papan tanda perniagaan sering diletakkan di hadapan bangunan kedai atau premis perniagaan agar mudah dilihat, dibaca dan dikenali oleh pelanggan serta orang ramai. Peniaga dan pelanggan berkomunikasi menggunakan alat komunikasi iaitu papan-papan tanda perniagaan bagi menjelaskan jenis perniagaan yang dijalankan. Bahasa Melayu sememangnya memainkan peranan dalam menyumbang kepada penggunaan bahasa di dalam papanpapan tanda perniagaan. Beliau juga menambah bahawa hal ini selari dengan salah satu dasar bahasa kebangsaan yang menyatakan antara fungsi bahasa kebangsaan ialah sebagai komunikasi dalam bentuk iklan, nama, pengumuman, arahan dan seumpamanya yang dipamerkan di tempat awam, atau yang disiarkan melalui media elektronik dan mediacetak.

Mabala (2017) menjalankan kajian tentang kesan penggunaan warna pada papan- tanda komersil di Bandar Dar es Salaam. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji kesan warna seperti yang digunakan dalam pengiklanan papan iklan, banyak papan iklan diguna secara tidak profesional. Kajian ini dijalankan di Perbandaran Kinondoni yang merupakan perbandaran terbesar di antara ketiga-tiga perbandaran itu juga mempunyai banyak papan iklan. Pengkaji mendapat maklumat daripada 60 orang responden di mana seramai 50 orang adalah penonton dan 10 orang adalah pencipta papan iklan. Kajian ini dijalankan melalui pengedaran borang soal selidik kepada kedua-dua responden. Persampelan rawak mudah digunakan untuk mengumpulkan maklumat ini kepada khalayak. Kepada pereka grafik, persampelan rawak sistematik telah digunakan. Daripada data yang dikumpul, penemuan menunjukkan bahawa warna mempunyai kesan yang besar pada papan iklan yang digunakan dengan baik berhubung dengan khalayak sasaran. Walaupun kebanyakan responden mempunyai pengetahuan yang cukup tentang warna tetapi keutamaan warna telah didedahkan. Kebanyakan wanita 94.73 % (18 daripada 19) lebih suka papan iklan dengan lebih daripada satu warna utama dan lelaki 83.87% (26 daripada 31) lebih suka papan iklan dengan lebih daripada satu warna. Menurut maklum balas pereka ialah, ramai daripada mereka kedua-dua pereka dan penonton tidak mengambil kira banyak makna warna tetapi mereka hanya tertarik dengan beberapa warna. Sepanjang kajian mendapati bahawa pengetahuan warna dalam kalangan ramai orang tidak banyak dianggap sebagai satu perkara yang mengakibatkan kurangnya profesionalisme dalam kalangan pencipta papan iklan, juga pelanggan papan iklan mempunyai kesan ke atas perkara ini kerana 6 (60%) pereka berkata mereka menggunakan warna kerana pelanggan, arahan dan 4 (40%) berkata mereka berdua memutuskan warna yang hendak digunakan. Jadi penekanan terhadap pengetahuan warna perlu dilakukan di sekolah dan kolej. Kajian ini membantu pengkaji untuk mengetahui penggunaan warna di ruang awam , negara asing.

## 2.5 Perkaitan kajian lepas dengan kajian Semasa

Dalam kajian yang telah dibincangkan, kebanyakan kajian menggunakan kaedah kualitatif untuk menganalisis data secara teliti. Oleh itu, pengkaji juga berpendapat bahawa kaedah kualitatif merupakan kaedah yang sesuai untuk menganalisis ciri-ciri budaya yang terdapat pada papan tanda Brickfields *Little India*. Selain itu, beberapa kajian berkaitan papan tanda menggunakan metodologi campuran iaitu kualitatif dan kuantitatif untuk mendapatkan dapatan yang kukuh. Justeru, pengkaji menyediakan kajian soal selidik dan temu bual untuk dianalisis.

Kajian-kajian lepas menunjukkan pemilihan bahasa dan faktor-faktor yang mendorong seseorang pengguna memilih sesuatu bahasa. Iaitu, pemilihan bahasa rasmi mahupun tidak rasmi. Kajian Sathiaselan (2017), Supramani (2013), Xia dan-Lisheng Li (2016), telah menerokai penggunaan bahasa dalam sesuatu tempat. Berpandukan kajian lepas ini, pengkaji mendapat gambaran yang jelas tentang bagaimana mengaji ciri budaya yang terdapat pada papan tanda di Brickfields *Little India*. Oleh itu, kajian - kajian telah membantu pengkaji untuk menjalankan analisa kajian dengan jelas dan menjadi panduan yang terbaik. Kajian literatur yang dibincang dalam bab ini juga menolong untuk mengenal pasti lompang kajian di mana aspek LL tentang ciri- ciri budaya kaum India masih kurang diberi perhatian di Malaysia. Justeru itu, ia membuka ruang kepada pengkaji untuk mengisi jurang penyelidikan, lalu mengenal pasti ciri budaya kaum India dan membincang ciri- ciri tersebut yang mencerminkan budaya kaum India.

## 2.6 Kesimpulan

Bab ini membincangkan kajian lepas dan kerangka teori yang berkaitan dengan kajian LL. Papan tanda berfungsi sebagai pemberi maklumat yang tersirat dan tersurat kepada para pelanggan yang datang ke premis tersebut. Penggunaan bahasa, warna, simbol, jenis perkataan, saiz perkataan pada papan tanda memberi impak kepada masyarakat yang tinggal di kawasan atau tempat tersebut. Penggunaan bahasa, warna, simbol pada papan tanda merupakan salah satu teknik untuk menarik para pelanggan untuk datang ke kedai tersebut. Kajian- kajian literatur telah dijelaskan secara kritis dalam bab ini. Bab yang seterusnya akan memberi maklumat tentang metodologi kajian yang telah digunakan dalam kajian LL di Brickfields *Little India*.

## **BAB 3: METODOLOGI**

### **3.0 Pengenalan**

Dalam bab ini, pengkaji akan menjelaskan tentang proses penyelidikan yang merangkumi teori landskap linguistik, kaedah kajian, kerangka kajian, kerangka teori, prosuder kajian, lokasi, kajian, data kajian, instrumen kajian, prosedur pengumpulan data dan kaedah analisis kajian.

### **3.1 Teori Landskap Linguistik**

Landskap Linguistik adalah bidang pengajian yang telah diperkenalkan oleh Landry dan Bourhis pada tahun 1997. Beliau telah mentakrifkan bahawa bahasa yang digunakan pada papan tanda awam, iklan, nama jalan, nama tempat, papan kedai komersial dan papan tanda awam di bangunan kerajaan digabungkan untuk membentuk landskap linguistik suatu wilayah, kawasan atau bandar.

*“the language of public sign roads, advertising billboard, street names, place names, commercial shop signs, and public sign on government buildings combines to form the linguistic landscape a given territory, region or urban agglomeration.”*

*(Landry & Bourhis, 1997, p.25)*

### **3.2 Kaedah Kajian**

Kajian ini merupakan kajian lapangan. Kajian lapangan adalah suatu fenomena yang dikaji secara langsung untuk mendapatkan data yang sebenar Omar, (2002). Tujuan kajian ini adalah untuk meneliti ciri yang terdapat pada papan tanda *Little India* dan juga

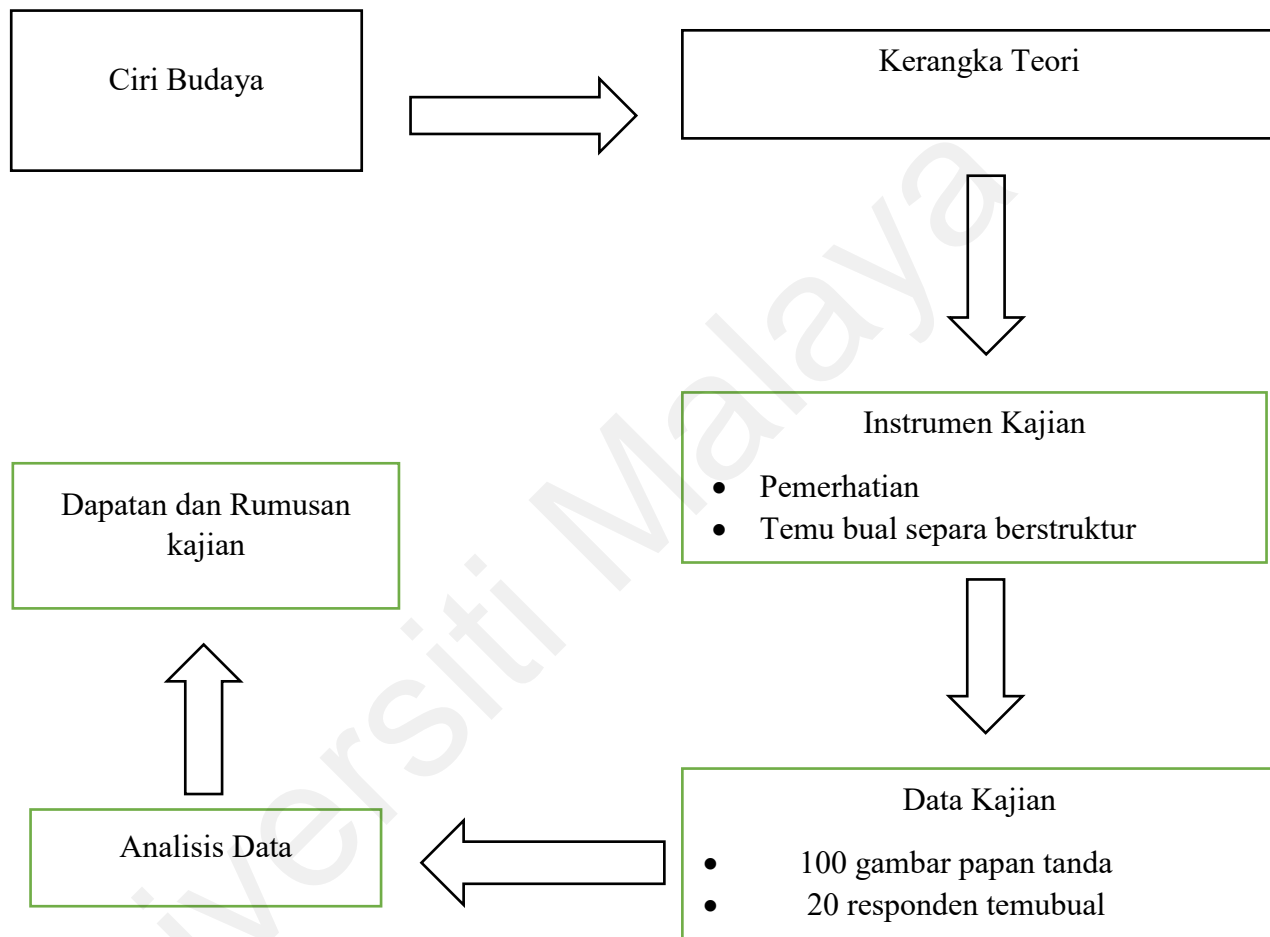
bincangkan ciri-ciri budaya pada papan tanda berdasarkan Landskap Linguistik (LL). Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dan kuantitatif berdasarkan persoalan dan objektif kajian Creswell et al., (2003). Pengkaji mengatakan bahawa, kaedah campuran mempunyai fokus kajian yang khusus, iaitu menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk mengkaji sesuatu data secara teliti dan mendalam. Kaedah campuran menjadi landasan kajian ini.

Pengkaji telah memerhati papan-papan tanda di Jalan Tun Sambanthan, Brickfields untuk mengumpul data. Seterusnya, pengkaji telah memilih beberapa papan-papan tanda yang sesuai dijadikan sebagai dapatan kajian. Pengkaji menganalisis papan-papan tanda yang dipilih. Pengkaji menggunakan kaedah kuantitatif untuk menganalisis dan menginterpretasi data tersebut dengan kemas. Pengkaji telah menemubual beberapa orang pemilik kedai dan pengunjung Brickfields untuk menjawab persoalan kajian yang kedua.

### 3.3 Kerangka Kajian

Kajian ini dijalankan berpandukan kerangka kajian yang dipaparkan dalam rajah 1.

Rajah 1 : Kerangka Kajian



Semua data kajian dikumpulkan di kawasan yang ditetapkan, iaitu Jalan Tun Sambanthan di Brickfields *Little India*.



### **3.4 Kerangka Teori Parameter Ciri Budaya**

#### **3.4.1 Parameter ciri budaya**

Pengkaji telah menganalisis data yang diperoleh secara berperingkat. Pada peringkat pertama sebanyak 100 papan-papan tanda premis perniagaan *Little India* yang telah dikumpul, dianalisis dan dikategorikan berdasarkan ciri budaya yang diutarakan oleh Supramani et al., (2013). Untuk menjawab soalan kajian pertama Parameter yang digunakan oleh Supramani at.al. (2013) membantu mengenal pasti dan mengkategorikan bilangan bahasa, jenis bahasa, bahasa dominan, saiz skrip dan kedudukan, jenis kedai, jenis tanda dan warna skrip. Parameter yang ditumpukan oleh pengkaji termasuk bilangan bahasa, jenis kedai, jenis tanda, warna skrip (Malinowski, 2009), bahasa pada tanda-tanda dan bahasa dominan. Scollon dan Scollon (2003) mencadangkan saiz skrip dan kedudukan merupakan kriteria utama untuk menentukan bahasa dominan pada papan-papan tanda. Dengan mengenal pasti bahasa pada papan - papan tanda dan bahasa penguasaan, penggunaan bahasa etnik, bahasa kebangsaan dan bahasa antarabangsa dapat diukur atau dikaji dengan tepat. Penganalisan dibuat berdasarkan:

- I. bilangan bahasa
- II. jenis Bahasa
- III. bahasa dominan
- IV. saiz skrip
- V. kedudukan jenis kedai
- VI. jenis tanda
- VII. warna skrip

Pengkaji telah mengadaptasikan parameter-parameter di atas melalui kajian lepas dan menganalisis data yang dikumpul dari Brickfields *Little India*. Semua gambar papan-papan tanda telah dinomborkan bagi memudahkan penganalisaan seperti bahasa, warna dan imej@gambar yang terdapat pada papan tanda di Brickfields *Little India*. Parameter ini telah digunakan untuk mengkaji persoalan kajian pertama dan kedua.

### 3.4.2 Teori Ban - Rafael

Ben-Rafael (2006), dan Shohamy, Ben-Rafael dan Bami, (2010) membezakan papan-papan tanda seperti *top-down* dan *bottom-up*. Menurut kajian, tanda-tanda *top-down* diklasifikasikan sebagai tanda-tanda yang dipaparkan oleh pihak pemerintah seperti tanda-tanda jalan raya dan iklan-iklan kemasyarakatan. Manakala, tanda-tanda lain yang tidak dipaparkan oleh pihak pemerintah atau penguasa tempatan dianggap sebagai tanda-tanda *bottom-up*, seperti tanda-tanda kedai atau premis perniagaan. Bagi menjalankan kajian ini, pengkaji hanya menggunakan tanda- tanda "*bottom-up*", iaitu tanda – tanda premis perniagaan yang boleh dilihat secara jelas oleh para responden. Tanda-tanda *bottom-up* sesuai bagi kajian ini kerana ia membawa budaya rakyat tempatan yang mendirikan papan-papan tanda tersebut. Tambahan pula, pihak yang mereka bentuk papan-papan tanda lebih mementingkan perspektif yang akan diterima oleh pengguna terhadap papan-papan tanda tersebut. Manakala, papan-papan tanda *top-down* lebih sistematik dan digunakan oleh pihak tertentu untuk penggunaan khas.

### 3.5 Prosedur Kajian

Kajian ini telah dijalankan secara berperingkat supaya penulisan penyelidikan yang berkualiti dapat dihasilkan.

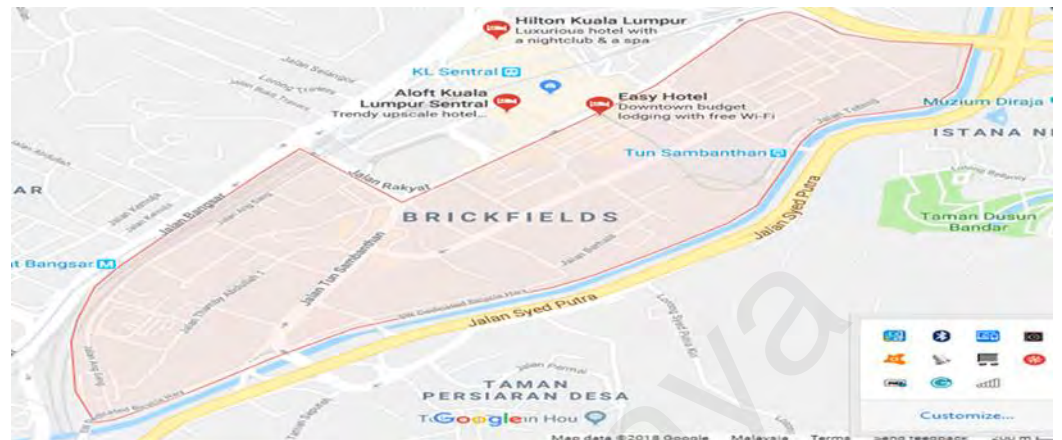
Pada peringkat pertama, pengkaji telah menjalankan kajian pustaka untuk meluaskan pengetahuan dalam bidang LL. Maklumat mengenai latar belakang Brickfields *Little India* dan kajian lepas mengenai LL telah dikumpulkan daripada jurnal yang ditulis oleh pakar bidang LL. Pengkaji juga telah merujuk jurnal- jurnal yang menerangkan ciri budaya dikumpulkan untuk tujuan analisa kajian ini. Jurnal dan buku – buku tersebut memberi penerangan spesifik tentang ciri-ciri budaya kaum India.

Pada peringkat kedua pula, gambar-gambar papan tanda ditanggap dengan menggunakan kamera digital di Jalan Tun Sambanthan Brickfields *Little India*. Papan-papan tanda *bottom-up* sahaja diasingkan untuk dikaji.

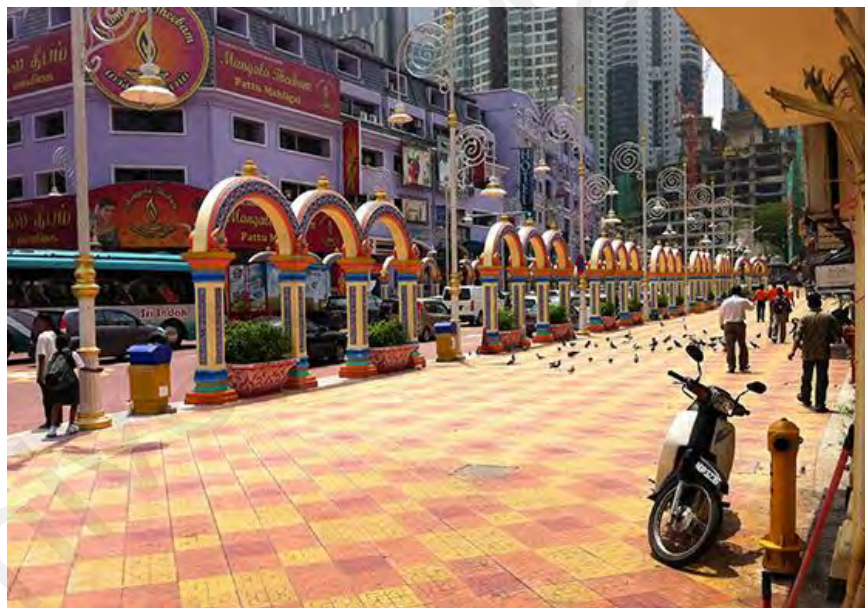
Pada peringkat ketiga pula, pengkaji menyediakan soalan temu bual untuk mengetahui persepsi responden tentang ciri yang terdapat pada papan tanda seperti bahasa, warna, simbol dan gambar. Pendapat-pendapat yang diterima daripada responden digunakan untuk menerangkan objektik kedua kajian ini.

Pada peringkat yang terakhir, data dianalisis menggunakan teori parameter ciri budaya dan menyimpulkan hasil kajian. Pengkaji merumuskan hasil kajian berdasarkan dapatan yang diperoleh dan dianalisis. Pengkaji juga telah memberi beberapa cadangan bagi kajian-kajian seterusnya.

### 3.6 Lokasi Kajian



**Peta 1 : Peta Lokasi Brickfields *Little India***



**Gambar 1 : Brickfields *Little India***

Brickfields adalah salah satu penempatan India tertua di negara ini dengan persekitaran kediaman yang sederhana dan baru-baru ini bandar tersebut telah berubah dengan jalan yang besar dipenuhi persekitaraan yang berwarna-warni dengan kedai-kedai dan restoran India yang dimiliki oleh masyarakat India (Gupta, 2010). Brickfields

*Little India* terletak di kawasan Kuala Lumpur. Jalan-jalan di kawasan tersebut dipenuhi dengan banyak gerai makanan India, kedai pakaian India asli, kedai barang kemas, kedai jahitan dan sebagainya. Lebih lagi, kawasan itu terletak di pusat ibu kota persekutuan di mana peratusan masyarakat India adalah tinggi. Brickfields adalah salah satu kawasan yang terletak di tempat utama di mana terdapat banyak bangunan komersial dan dikenali sebagai ruang awam yang menonjolkan unsur budaya kaum India (Bawani, 2015).

### 3.7 Data Kajian

Sebanyak 100 buah papan tanda telah digunakan sebagai sumber data. Pengkaji telah menemubual 20 responden untuk membincangkan unsur budaya India yang terdapat pada papan tanda Brickfields *Little India*. Daripada 20 responden, tiga orang merupakan pemilik kedai dan bakinya merupakan pelanggan yang mengunjungi Brickfields *Little India*. Pengkaji telah menggunakan kaedah temu bual separa struktur iaitu responden diberi kebebasan dan kelonggaran untuk menjawab soalan yang diajukan oleh pengkaji.

Temubual separa struktur terdiri daripada 2 bahagian iaitu maklumat responden dan motif utama pemilihan unsur budaya India yang terdapat pada papan tanda.

**Jadual 1 : Cara Melabel Responden**

LABEL	MAKSUD
R1	Responden 1 - Pemilik Kedai
R2	Responden 2 - Pemilik Kedai
R3	Responden 3 - Pemilik Kedai
RP 4 – RP 20	Responden 4 hingga Responden 20

	Pelanggan yang mengunjungi Brickfields <i>Little India</i>
--	---

### 3.8

#### **Instrumen Kajian**

Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dan kuantitatif, pengkaji telah memilih pemerhatian dan ditemubual untuk memperolehi data yang dikehendaki. Kedua-dua instrumen ini telah digunakan untuk mempercepatkan proses pengumpulan data dan mengukuhkan analisa kajian ini.

##### **3.8.1 Pemerhatian**

Creswell et al., (2003) menjelaskan bahawa kaedah kualitatif melibatkan penganalisa yang holistik dengan menggunakan pelbagai instrumen pemerhatian untuk merakam maklumat. Ia memudahkan pengkaji membuat analisis dan tafsiran data. Data yang dikumpul memberi gambaran yang eksklusif tentang ciri budaya kaum India di Malaysia. Pemerhatian dijalankan pada 8 hingga 20 Mac 2019. Pengkaji telah pergi ke lokasi kajian untuk memilih papan-papan tanda yang sesuai digunakan sebagai dapatan kajian. Pengkaji juga ambil beberapa gambar papan tanda yang sesuai bagi melakukan kajian rintis. Pengkaji turut bertemu beberapa pemilik kedai untuk mendapat izin bagi ditemubual. Pengkaji pergi ke lokasi kajian pada kali kedua dan ketiga untuk mengambil gambar papan-papan tanda yang sesuai untuk kajian. Kaedah ini menyokong pentafsiran mengenai ciri budaya kaum India yang terdapat pada papan tanda. Tafsiran data yang diperolehi daripada pemerhatian dipersembahkan dengan kaedah kuantitatif. Kuantiti dan peratusan berdasarkan ciri-ciri budaya kaum India memudahkan pengkaji untuk menerangkan tujuan kajian ini. Kaedah kuantitatif dapat memudahkan pembaca untuk memahami kajian ini.

### 3.8.2 Temubual

Borang temubual semi struktur juga telah digunakan. Dua set borang temubual separa struktur telah disediakan oleh pengkaji. Borang temubual pertama adalah untuk pemilik kedai dan satu lagi untuk pelanggan kedai tersebut. Pengkaji pergi ke kawasan tersebut pada kali keempat dan kali kelima untuk menemubual para pengunjung yang hadir ke Brickfields *Little India*. Pengkaji telah membuat tafsiran data melalui kaedah kuantitatif melibatkan papan-papan tanda yang dipilih sebelum menemubual. Hal ini membantu pengkaji untuk menyoal para responden dengan soalan-soalan yang tepat dan seiring dengan data. Pengkaji memilih responden secara rawak. Pengkaji hanya memilih dan menemubual responden yang bersetuju untuk ditemubual. Perbualan tersebut dirakam dengan menggunakan perakam suara untuk direkodkan. Maklumbalas telah ditranskripsikan bagi memudahkan proses analisis data. Borang temubual hanya memiliki soalan-soalan yang dapat menjawab dan selari dengan objektif kedua kajian ini. Misalnya, soalan tentang penggunaan bahasa, warna, simbol dan gambar yang terdapat pada papan tanda di Brickfields *Little India* ditanya secara lisan kepada responden sewaktu sesi temubual. Temubual ini dilakukan dan dirakam pada 21 hingga 24 Mac 2019.

Berikut merupakan soalan-soalan yang digunakan dalam instrumen temubual:

Temubual bagi pemilik kedai :-

A. Latar Belakang Pemilik Kedai.

I. Berapa tahun anda menjalankan perniagaan ini?

II. Adakah perniagaan ini diturun temurunkan oleh keluarga anda?

B. Maklumat Mengenai Papan Tanda Premis Perniagaan.

I. Bilakah papan tanda perniagaan anda direka?

II. Siapakah yang mereka papan tanda perniagaan anda?

- Sendiri - Designer

III. Apabila melihat papan tanda perniagaan kedai anda memilik bahasa

Tamil / Inggeris / Melayu sebagai bahasa iklan,

- Apakah sebab yang mendorong anda menggunakan bahasa Tamil / Inggeris / Melayu sebagai bahasa domain serta menggunakan bahasa-bahasa lain dalam papan tanda kedai anda?

- Mengapakah bahasa-bahasa lain turut digunakan?

IV. Apakah motif pemilihan warna dan imej dalam papan tanda perniagaan anda?

V. Mengapakah pelbagai bahasa, warna dan imej dalam papan-papan tanda yang digunakan di kedai anda?

Temubual bagi pelanggan:-

A. Latar Belakang Pelanggan

I. Berapa kerap anda datang ke kedai ini / Brickfields *Little India*?

B. Maklumat Mengenai Papan Tanda Premis Perniagaan.

I. Apakah yang menarik perhatian anda semasa melihat pada papan tanda?

a. Bahasa

b. Warna

c. Simbol

II. Adakah anda boleh mengenal pasti ciri budaya yang terdapat pada papan tanda?

III . Adakah ia menarik anda untuk datang ke kedai ini kerap kali?

IV. Adakah anda tahu maksud penggunaan warna imej budaya pada papan tanda?

V. Apakah Kepentingan Penggunaan Bahasa, warna dan imej budaya pada papan tanda?



### **3.9 Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data kajian ini bermula dengan menangkap gambar papan tanda yang terdapat di Jalan Tun Sambathan. Sebanyak 100 gambar yang ditangkap telah dianalisis dan dibahagikan kepada beberapa kategori.

Sebanyak 20 orang responden telah ditemubual. Mereka terdiri daripada tiga orang pemilik kedai dan 17 orang pelanggan yang sering datang ke kedai tersebut. Ketiga-tiga pemilik kedai merupakan golongan lelaki yang berumur 30 hingga 50an. Responden pelanggan pula terdiri daripada sepuluh wanita dan tujuh lelaki yang berumur melebihi 30. Butiran responden seperti jantina, umur dan negara asal telah disertakan dalam lampiran kajian. Temubual telah dijalankan berdasarkan jawapan yang diberikan oleh para responden semasa temubual. Temubual dijalankan untuk mengenalpasti kesahihan jawapan responden.

### **3.10 Skop Kajian**

Terdapat pelbagai jalan di sekitar Brickfields. Contohnya, Jalan Syed Putra, Jalan Sultan Abdul Samad, Jalan Scoot, Jalan Tun Sambathan dan sebagainya. Bagi kajian ini, papan tanda yang terdapat di Jalan Tun Sambathan sahaja digunakan sebagai data kajian. Jalan Tun Sambathan adalah jalan yang penuh dengan pelbagai jenis kedai perniagaan dan merupakan jalan utama di Brickfields *Little India*. Pengkaji berasa tempat itu amat sesuai untuk mendapat data yang secukupnya. Pengkaji telah memilih tiga responden pemilik kedai sahaja kerana mereka bersetuju untuk meluangkan masa bagi ditemubual dan papan tanda di kedai-kedai mereka antara papan tanda yang memiliki unsur-unsur budaya kaum India.

### **3.11 Kesimpulan**

Bab ini telah menerangkan kaedah pelaksanaan kajian iaitu melalui kaedah gabungan. Metodologi kajian ini diharap dapat mencapai objektif serta matlamat kajian yang disasarkan. Kaedah-kaedah kuantitatif dan kualitatif dapat menghasilkan dapatan yang berkesan dan menyeluruh. Dapatan kajian ini akan dibincangkan dalam bab seterusnya.

Universiti Malaysia

## **BAB 4: ANALISIS DAN PERBINCANGAN**

### **4.0 Pengenalan**

Dalam bab ini, pengkaji membincangkan analisis kajian berdasarkan dua objektif kajian iaitu mengenalpasti ciri-ciri budaya yang dipaparkan pada papan tanda di Brickfields *Little India* dan membincangkan ciri-ciri budaya yang dipaparkan pada papan tanda di Brickfields *Little India* yang mencerminkan budaya kaum India di Malaysia.

### **Persoalan Kajian Pertama: Menenalpasti ciri-ciri budaya yang dipaparkan pada Papan tanda di Brickfields *Little India***

Untuk menjawab persoalan pertama, pertama sekali jenis-jenis kedai yang terdapat di Brickfields disenaraikan. Kedua, jenis-jenis ciri budaya dikenalpasti dan disenaraikan.

### **4.1 Jenis-jenis Papan Tanda**

Terdapat dua jenis papan tanda yang diperkenalkan oleh Ben Rafael (2009). Papan tanda *top-down* merujuk kepada tanda – tanda yang diletak oleh pihak berkuasa kerajaan. Papan tanda *bottom-up* iaitu merujuk kepada tanda- tanda komersial yang diletak oleh individu, pemilik kedai, pengusaha kedai dan pihak swasta Bawani masin (2010). Bagi menganalisis persoalan pertama, pengkaji hanya memilih papan tanda *bottom-up* dan juga berfungsi sebagai alat menjual produk dan perkhidmatan. Data menunjukkan bahawa terdapat 6 jenis kedai yang berlainan di Brickfields *Little India*.

**Jadual 2 : Jenis kedai yang terdapat di Jalan Tun Sambanthan, Brickfields *Little***

***India***

<b>Kategori</b>	<b>Jenis</b>	<b>Bilangan</b>	<b>Peratus</b>
<i>Bottom –up</i> (komersial )	Restoran Makanan	34	34.5
	Kedai Serbaneka	26	22.5
	Pakaian	23	17.5
	Solekan	6	9
	Lain – Lain	10	15
	Ibadat	1	1.5
Jumlah		100	100

Sebanyak 34 (34.5 %) restoran makanan, 26 (22.5 %) kedai serbaneka, 23 (17.5%) kedai pakaian, 6 (9%) kedai solekan dan SPA @ pusat kecantikan perempuan serta sebanyak 10 (15%) jenis kedai-kedai lain seperti kedai pajak, kedai photostat, kedai bunga dan kedai jahitan pakaian tradisional. Terdapat sebuah tempat ibadat. Analisis data menunjukkan bahawa lebih banyak kedai makanan daripada kedai-kedai lain. Daripada dapatan ini boleh membuat kesimpulan bahawa kebanyakan pelanggan mengunjungi Brickfields *Little India* untuk menikmati makanan India. Contoh jenis-jenis kedai ditunjukkan imej 1.

**Imej 1: Contoh jenis kedai yang terdapat di Brickfields *Little India*.**

Kedai Makanan



Kedai Serbaneka



Kedai Pakaian



Solekan



#### 4.2 Ciri kebudayaan pada papan tanda

Dapatan kajian menunjukkan bahawa ciri-ciri budaya yang dikenal pasti pada papan tanda di Brickfields ialah bahasa, warna dan imej yang berkaitan dengan budaya India. Imej papan tanda yang digunakan oleh pemilik kedai mencerminkan Brickfields *Little India* merupakan tempat utama kaum India untuk menjalankan perniagaan mereka. Ia juga menjadi tempat untuk kaum India membeli-belah dan mendapatkan barangan keperluan harian dan barang keperluan untuk sesuatu perayaan. Ini menyebabkan daya tarikan para pelancong untuk mengetahui lebih banyak tentang kebudayaan kaum India (Supramani 2013). Berdasarkan teori parameter ciri budaya yang digunakan oleh pengkaji, terdapat beberapa ciri – ciri dapat kenal pasti pada papan tanda di lokasi kajian. Iaitu, bilangan bahasa, jenis bahasa, bahasa dominan, jenis tanda, warna skrip dan saiz skrip. Kesemua parameter ini menyumbangkan pengkaji untuk menjalankan kajian ini dengan teratur dan teliti.

#### 4.2.1 Bahasa

Bahasa bukan sahaja merupakan alat komunikasi malah ia menunjukkan ciri kebudayaan sesuatu kumpulan (Masinambow, 1985). Selepas ditafsir, dapatan menunjukkan terdapat 30 papan tanda ditulis dalam *monolingual*, 45 papan tanda ditulis dalam *bilingual* dan 25 papan tanda menggunakan *trilingual*. Hal ini menunjukkan bahawa para peniaga di Brickfields *Little India* lebih menggunakan papan tanda *bilingual* berbanding dengan *monolingual* dan *trilingual*. Penggunaan bahasa pada papan tanda yang terdapat di Brickfields *Little India* ditunjukkan dalam jadual 3.

**Jadual 3 : Bahasa yang terdapat pada papan tanda di Brickfields *Little India***

Bahasa	Jenis	Bilangan	Peratus
Monolingual	BI	15	15%
	BM	15	15%
Bilingual	BI +BM	10	10%
	BI+ BT	20	20%
	BM+ BT	15	15%
Trilingual	BI+BM+ BT	20	20%
	BI+BT+BC	5	5%
Jumlah		100	100%

BI - Bahasa Inggeris

BM- Bahasa Melayu

BT–Bahasa Tamil

BC- Bahasa Cina

Terdapat empat bahasa yang digunakan pada papan tanda. Iaitu Bahasa Melayu, Bahasa Inggeris, Bahasa Tamil dan Bahasa Cina. Semua bahasa ini merupakan bahasa yang dituturkan oleh masyarakat majmuk yang tinggal di Malaysia dalam komunikasi harian antara satu sama lain dan juga digunakan sebagai bahasa perniagaan. Walaubagaimanapun, papan tanda yang terdapat di Brickfields *Little India* memberi

keutamaan kepada penggunaan bilingual di mana Bahasa Inggeris – Bahasa Melayu, Bahasa Inggeris - Bahasa Tamil dan juga Bahasa Melayu - Bahasa Tamil digunakan dalam banyak iaitu sebanyak 45%. Daripadanya, 25% papan tanda menggunakan Bahasa Inggeris – Bahasa Tamil. Hal ini disebabkan kerana, Bahasa Tamil merupakan bahasa ibunda warga peniaga di kawasan tersebut dan Bahasa Inggeris adalah bahasa antarabangsa atau perniagaan. Justeru, kedua-dua bahasa tersebut mendapat tempat penting pada papan tanda untuk menarik perhatian pelanggan masyarakat India dan pelancong. Kedua ialah *monolingual* iaitu sebanyak 30% di mana papan tanda di Brickfields *Little India* menggunakan Bahasa Melayu atau Bahasa Inggeris. Malah, penggunaan Bahasa Tamil sahaja tidak dapat ditemui. Akhirnya, penggunaan trilingual pada papan tanda iaitu campuran Bahasa Melayu, Bahasa Inggeris dan Bahasa Tamil atau Bahasa Cina yang paling kurang (25%) digunakan. Memandangkan Brickfields *Little India* sangat popular untuk menjual barangan kaum India namun data membuktikan bahawa tiada papan tanda yang menulis hanya dalam bahasa Tamil (*monolingual*). Ini mungkin kerana pengunjung di sini terdiri daripada masyarakat multilingual dan pelancong (Supramani et al., 2013). Kepelbagaian bahasa pada papan tanda juga berlaku kerana tiada dasar bahasa yang ditetapkan pada papan tanda iklan (Beh, 2017). Undang-undang Kecil Iklan (Wilayah Persekutuan) 1982 menentukan bahawa Bahasa Melayu harus dikekalkan pada iklan secara sendiri atau bersama bahasa lain. Oleh itu, papan-papan tanda yang dikaji memiliki Bahasa Malaysia.

———Papan tanda di Brickfields *Little India* memberi keutamaan khususnya kepada Bahasa Inggeris dan Bahasa Tamil. Daripada jumlah papan tanda di *Little India* sebanyak 60% papan tanda menggunakan kedua-dua bahasa ini. Bahasa Inggeris merupakan bahasa antarabangsa, berprestij dan ia digunakan untuk menarik pelancong dari luar negara Raman (2003). Sehubungan dengan kenyataan Raman (2003)

kebanyakan papan tanda di Brickfields *Little India* menggunakan Bahasa Inggeris bagi menarik para pelancong. Selain Bahasa Inggeris, Bahasa Tamil juga digunakan pada papan tanda kerana Bahasa Tamil merupakan bahasa ibunda bagi kaum India. Bahasa merupakan ideologi tersendiri yang tidak akan dirampas oleh sesiapa. Oleh itu, penggunaan Bahasa Tamil yang meluas di Brickfields *Little India* menunjukkan ciri budaya masyarakat India.

Berdasarkan data yang diperolehi dari lokasi kajian, pengkaji dapat meneliti beberapa kedai atau pusat kecantikan tidak menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda kedai. Misalnya, *Unisex Hair and Beauty Saloon*, *Royal Whitening Saloon* dan *Jothi House of Beauty*. Pengkaji mengetahui pusat kecantikan Jothi dimiliki oleh peniaga India dengan berasaskan nama kedai tersebut. Malah, tiada Bahasa Tamil digunakan pada papan tanda. Hal ini mungkin disebabkan saiz papan tanda yang kecil menyebabkan pemilik bijak memilih bahasa yang difahami oleh semua warga tempatan dan luar negara. Sebaliknya, hotel-hotel di Brickfields *Little India* menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda. Imej 2 menunjukkan gambar-gambar hotel di Brickfields *Little India* yang menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda. Walaupun ia merupakan penterjemahan langsung dari Bahasa Inggeris tetapi penggunaan aksara Tamil menyenangkan mata memandang. Contohnya, *Signature Hotel* dan *My Hotel*. *Signature Hotel* merupakan tempat penginapan yang popular di seluruh kawasan Kuala Lumpur. Terdapat banyak cawangan bagi hotel ini. Malah, tiada Bahasa Tamil digunakan di kesemua tempat tersebut. Penggunaan Bahasa Tamil digunakan pada papan tanda di hotel-hotel in Jalan Tun Sambanthan Brickfields membuktikan bahawa ciri budaya masyarakat India dipelihara. Hal ini merupakan antara kenyataan yang mencerminkan budaya kaum India di Brickfields *Little India*.



## Imej 2 : Hotel Signature dan My Hotel



Selain itu, terdapat beberapa premis yang menjual barangan kemas. Kesemua kedai-kedai tersebut tidak menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda kedai. Tetapi, sebuah kedai kemas iaitu Kedai Emas Madras menggunakan Bahasa Tamil. Madras iaitu nama kedai atau merujuk nama tempat sahaja ditulis dalam Bahasa Tamil. Sebuah premis yang hampir sama iaitu Kedai Pajak Gadai menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda. Nama pemilik kedai tersebut sahaja ditulis dalam Bahasa Tamil. Justeru, pengkaji dapat menyimpulkan bahawa kedai kemas kurang menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda. Berdasarkan dapat yang diperolehi, kedai tersebut iaitu Kedai Pajak Gadai Lian Sin Tang merupakan kedai yang dimiliki oleh seorang Cina. Malah, Bahasa Tamil digunakan pada papan tanda kedai tersebut dan bahasa-bahasa lain seperti Bahasa Melayu, Bahasa Inggeris dan Bahasa Cina juga digunakan. Hal ini demikian kerana, penggunaan bahasa-bahasa tersebut dapat menarik perhatian rakyat Malaysia yang

berbilang kaum. Menurut responden 5 yang menyatakan bahawa beliau berasa kagum atas penggunaan bahasa ibundanya pada papan tanda dapat menerangkan fenomena ini. Imej 3 menunjukkan penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda kedai tersebut.

### Imej 3 : Penggunaan Bahasa Tamil pada kedai pajak gadai



Di samping menunjukkan ciri budaya, penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda di Brickfields *Little India* menyampaikan maklumat yang jelas dan mudah difahami oleh majoriti pengunjung iaitu masyarakat India. Tambahan pula, papan tanda Shri Alaagiyaa Devi (rujuk Imej 4) membawa maklumat yang lebih spesifik dalam Bahasa Tamil. Hal ini kerana, Bahasa Melayu pada papan tanda tersebut hanya menunjukkan nama kedai dan perkataan restoran menyatakan bahawa premis tersebut merupakan sebuah kedai makan. Bahasa Inggeris pula dapat menyenaraikan jenis makanan iaitu *vegetarian* dan *non vegetarian* serta menggambarkan penggunaan daun pisang di kedai tersebut. Manakala, kesemua maklumat ini diterangkan dalam Bahasa Tamil dan perkataan tambahan 'Chettinad' digunakan. Perkataan tersebut menunjukkan spesifikasi makanan yang dijual di kedai tersebut. Chettinadu merupakan sebuah tempat

di India dan terdapat makanan yang istimewa di kawasan tersebut. Justeru, pemilik kedai ingin menyatakan bahawa makanan yang istimewa tersebut boleh didapati di kedai ini.

#### Imej 4 : Papan tanda kedai Shri Alaagiyaa Devi



Tegasnya, penggunaan bahasa yang sesuai pada papan tanda penting bagi menyampaikan maklumat yang tepat kepada masyarakat Chan (2018).

Selain itu, pengkaji kagum atas penggunaan Bahasa ibunda iaitu Bahasa Tamil di lokasi kajian. '*Mangala Theebam*' merupakan frasa Bahasa Tamil yang ditransliterasi dalam Bahasa Melayu (rujuk Imej 5). Pemilik kedai ini mungkin boleh menamakan apa jua nama bagi kedai tersebut, tetapi memilih nama dalam Bahasa Tamil. Ia merupakan satu aksi yang mencerminkan ciri budaya masyarakat India. Ia juga menunjukkan bahawa pemilik kedai tersebut berpegang kepada identiti masyarakat India. Selain itu, nama kedai, *Kottumalai Pillayar*. '*Pillayar*' (rujuk Imej 6) merupakan tuhan pertama yang disembah oleh masyarakat India sebelum memulakan sesuatu upacara dan perayaan. Dewa ini mempunyai muka gajah dan tanduk yang panjang. Dewa ini disembahkan untuk mendapat kebijaksanaan, kecerdasan dan pengetahuan yang luas. Pemilik kedai memilih nama ini kerana Kuil *Kottumalai Pillayar* merupakan suatu kuil yang sangat terkenal di kawasan Brickfields, *Little India*. Walaupun pemilik-pemilik kedai tidak menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda mereka, tetapi mereka masih peka dalam memberi penghormatan kepada identiti mereka. Dapatan ini membuktikan

bahawa, ciri-ciri budaya masyarakat India boleh dilihat jelas di ruang awam Brickfields, *Little India*.

#### Imej 5 : Kedai Mangala Theebam



#### Imej 6 : Kedai Kottumalai Pillayar



Senario sama boleh dilihat pada nama papan tanda *Indian Spices Village* (rujuk *Imej 7*). Nama kedai ini tidak menggunakan sebarang penterjemahan bahasa. Ia ditulis dalam Bahasa Inggeris supaya mudah difahami oleh semua pelanggan yang mengunjungi kedai tersebut. Malah, perkataan *Indian Spices Village* ini memberi maksud bahawa ini merupakan kedai orang India yang menjual makanan yang dimasak menggunakan rempah - ratus masyarakat India. Pengkaji ingin menjelaskan bahawa Malaysia merupakan sebuah negara yang terdiri daripada tiga kaum utama. Jika dilihat masakan tradisional ketiga – tiga kaum mempunyai rempah – ratus yang tersendiri. Oleh itu, penggunaan perkataan *Indian Spices* ini menjelaskan bahawa kedai ini hanya

menggunakan rempah – ratus tradisional masyarakat India untuk masak lauk. Menurut En.Abdul Malik bin M.Abdul Gaffar, pemilik Syarikat Abdul Ghaffar iaitu sesuatu perniagaan rempah ratus yang terkenal di Penang, Malaysia berkata bahawa rempah ratus seperti ketumbar, jintan putih, jintan manis, halia kering yang dijual di syarikat beliau adalah bahan yang diimport dari India (George Town World Heritage Incorporated, 2019). Jelasnya, rempah ratus yang digunakan untuk masakan India di Malaysia diimport dari India. Walaupun, nama kedai tidak ditulis dalam Bahasa Tamil, tetapi maksud tersirat kedai ini mencerminkan ciri- ciri budaya melalui kajian pengkaji.

**Imej 7 : Kedai *Indian Spices Village***



Secara ringkasnya, kebanyakan papan tanda di Brickfields *Little India* menggunakan Bahasa Tamil mahupun secara langsung (dengan menggunakan aksara Tamil) atau tidak langsung (dengan menggunakan transliterasi Tamil). Kebanyakan papan tanda memberi keutamaan kepada Bahasa Tamil untuk menarik pelanggan kaum India (Supramani et al., 2013). Oleh itu, Bahasa Inggeris dan Bahasa Tamil menjadi alat komunikasi yang menyampaikan maklumat kepada para pelanggan. RP5 mengatakan bahawa beliau berasa sangat kagum dengan penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda kerana Bahasa Tamil merupakan identiti masyarakat India. RP15 berkata walaupun beliau seorang warga asing tetapi penggunaan Bahasa Tamil di Brickfields *Little India*

memberi pengalaman untuk merasai negara saya. Kenyataan ini dapat dilihat daripada estrak 1 dan 2.

### Estrak 1

Kenyataan RP5 : *Inggeh ulleh billboards leh tamil eluthu paakeh veh rombeh nalla iruku. Neraiyeh kadaileh tamil eluthu iruku. Tamil nambeh innathin adaiyalam. ateh eppothum nambeh paathukakanum.*

Transkripsi : Penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda menyenangkan mata memandang. Bahasa Tamil terdapat pada banyak papan tanda. Bahasa Tamil adalah bahasa ibunda kita. Kita harus peliharanya.

### Estrak 2

Kenyataan RP15 : *Inggeh ulleh peyar palagai ellam paakum bothu, enaku TamilNadu India leh irukareh maathiri iruku. Anggeh kuudeh ivalo thamil eluthu sign board, kadai peer leh irukathu. Inggeh irukathu paakum pothu santhosama iruku.*

Transkripsi : Persekitaran di Little India ini memberi pengalaman kepada saya macam tinggal di negara saya India, Tamil Nadu. Dekat situ, kurannya penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda. Tapi, saya kagum dengan penggunaan Bahasa Tamil yang banyak di papan tanda di *Little India*.

Di samping itu, penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda di *Little India* Singapura dikerjakan sebagai unsur yang menarik perhatian pelancong dan bukannya mencerminkan identiti kaum India Jayagomar, (2019). Menurut Tang (2020), penggunaan Bahasa Tamil pula terhad di Singapura. Tambahan pula, Klang *Little India* merupakan antara kawasan yang penuh dengan peniaga India. Malah, penggunaan Bahasa Tamil pada papan-papan di lokasi tersebut agak kurang dan Bahasa Melayu iaitu bahasa kebangsaan menjadi bahasa dominan Sathiaselan, (2017). Di China, di kawasan tertentu, Bahasa Inggeris digunakan secara meluas pada papan tanda untuk mengiklankan produk di kawasan tertentu dan mendorong pelancong memilih produk tempatan (Xia, 2016); (Wang, 2013). Penggunaan Bahasa Inggeris berleluasa mahupun di tempat ibadat di sekitar Kuala Lumpur bagi membimbing pelancong Colluzi, 2015). Kasanga (2012) menyatakan bahawa disebabkan diiktiraf sebagai bahasa antarabangsa, Bahasa Inggeris mendapat tempat yang seimbang dengan Bahasa Khmer di Indonesia. Di samping itu, Bahasa Inggeris juga banyak digunakan pada tanda-tanda komersial sebagai simbol globalisasi, kemodenan dan fesyen (Kerry, 2012). Justeru, penggunaan bahasa minoriti pada papan tanda kurang dapat sambutan dan dikategorikan sebagai identiti sesuatu budaya. Akan tetapi, bahasa minoriti dikekalkan pada papan tanda supaya bahasa tersebut dipelihara dan masyarakat tidak mudah lupa bahasa tersebut (Dele, 2011).

Sesebuah bahasa akan pupus jika penggunaannya kurang. Oleh itu, langkah sewajarnya harus diambil untuk mengelakkan situasi ini berlaku (Mahmudah Mahmudah, 2023), (Supramani, 2013). Berdasarkan kajian-kajian lepas, bahasa dapat dipelihara jika digunakan secara meluas dalam pendidikan, aktiviti keagamaan dan pelancongan. Tambahan pula, penggunaan bahasa tertentu dalam pengiklanan mampu menstabilkan

kedaulatan bahasa tersebut. Bahasa Tamil dapat mengekalkan tempatnya di Malaysia dengan penggunaannya dalam pengiklanan seperti papan-papan tanda di Brickfields *Little India* di samping pendidikan.

#### **4.2.2 Warna**

Warna ialah salah satu ciri yang penting terutamanya dalam bidang pengiklanan (Garber, 2000). Keupayaan warna untuk menarik perhatian telah digunakan sejak sekian lama oleh pemasar untuk menarik perhatian pelanggan. Penggunaan warna, imej, gambar pada papan tanda memberi impak yang positif bagi menarik perhatian para pelanggan. Ia juga memberi kesan positif dalam fikiran pembaca. Pemilihan warna sangat penting pada papan tanda kerana warna akan menjadi daya tarikan kepada imej atau tulisan yang terdapat pada papan tanda. Warna adalah tanda yang paling pertama yang dilihat oleh pelanggan apabila melihat papan tanda (Garber, 2000). Warna yang digunakan perlu mempunyai ciri-ciri kontras yang menimbulkan kegembiraan dan keharmonian kepada para pelanggan. Warna juga perlu memberi perbezaan maklumat dan juga fungsi sebagai hiasan semasa digunakan pada papan tanda. Selain itu, warna juga memainkan peranan penting dalam sesebuah perniagaan (Priangkah, 2019). Ia digunakan untuk menarik pelanggan untuk mengunjungi sesebuah kedai tersebut untuk makan, beli barang dan sebagainya. Perkarangan dan papan-papan tanda di Brickfields *Little India* dipenuhi dengan pelbagai warna seperti merah, kuning, hijau, putih, hitam dan biru. Imej 8 menunjukkan contoh papan tanda berwarna yang didapati dalam data yang dikumpulkan.



**Imej 8 : Contoh imej yang menggunakan pelbagai warna pada papan tanda**

	<p>Nama kedai memiliki warna merah bagi Bahasa Tamil dan transliterasi Tamil serta warna hijau digunakan untuk logo atau akronim nama kedai tersebut. Warna hitam pula digunakan untuk perkataan ‘Restoran’ dan ‘Banana Leaf’. Selain itu, warna hitam juga digunakan untuk jenis makanan yang dijual di kedai tersebut. Iaitu, makanan yang berasaskan sayuran dan bukan sayuran.</p>
	<p>Nama Kedai Ruddra Veenay ditulis Warna Biru. Dalam Bahasa Tamil pula ia ditulis dalam warna Hijau dan warna Merah di Bahasa Cina. Barang-barang yang dijual di kedai tersebut</p>

	<p>ditulis dengan warna kuning.</p>
 <p>The image shows the entrance of a restaurant. The main sign above the entrance reads "RESTORAN INDIAN VEGETARIAN RESTAURANT SARAVANAA BHAVAN". The word "SARAVANAA" is written in large, bold, red letters, and "BHAVAN" is in blue. Above this, "RESTORAN INDIAN VEGETARIAN RESTAURANT" is written in smaller blue letters. Below the main sign, there is a yellow banner with Tamil text. To the left and right of the entrance are various posters and notices.</p>	<p>Nama Kedai Saravanaa Bhavan ditulis dalam warna merah bagi transliterasi Tamil. Warna biru pula digunakan untuk menulis perkataan Restoran dan <i>Indian Vegetarian Restaurant</i>. Manakala, bagi Bahasa Tamil warna merah digunakan untuk nama dan jenis makanan yang dijual.</p>
 <p>The image shows a blue banner for a restaurant. The text on the banner reads "RESTORAN SRI KORTUMALAI PILLAYAR" in red and white. There are two illustrations of women in traditional attire on either side of the text. Above the main text, there are small logos and the letters "SP". Below the main text, there is some smaller text in Tamil.</p>	<p>Warna merah digunakan untuk nama kedai iaitu Restoran Sri Kortumalai Pillayar dalam kedua-dua bahasa Melayu dan Tamil. Akronim nama kedai juga dipaparkan dalam warna merah.</p>
	<p>Nama kedai Mr Naan &amp; Mrs. Idly ditulis dalam warna hitam. Simbol yang</p>



menunjukkan makanan tersebut diselitkan dalam perkataan/ nama kedai. Perkataan restoran dituliskan dalam warna merah dan *pure vegetarian* dalam warna hijau.

Penggunaan warna dianggap penting pada papan tanda (Funk, & Oly Ndubisi, 2006). Penggunaan warna yang sesuai pada papan tanda adalah untuk menarik para pelanggan membeli barangan dan menggunakan perkhidmatan di Brickfields *Little India*. Warna yang paling banyak diguna pada papan tanda adalah warna kuning dan merah berbanding dengan warna-warna lain. Analisis data juga mengatakan bahawa warna merah dan kuning menjadi paling dominan di *Little India* kerana kedua-dua warna ini melambangkan ciri persuasi dan tenangkan fikiran. Menurut Lecthumanan (2018), warna kuning adalah simbol tapak kaki kuasa Yang Maha Esa. Tambahan pula, warna kuning digambarkan sebagai keabadian kekal dan Tuhan merupakan keabadian kekal tersebut. Justeru, kuning merupakan warna ketuhanan dan masyarakat India menggunakan warna kuning dan bahan-bahan yang berwarna kuning seperti kunyit (*manjal*), *santhanam*, bunga kuning untuk aktiviti adat dan sembahyang.

Secara terperinci, warna kuning digunakan pada papan tanda di kedai-kedai emas. Misalnya, kedai-kedai emas *CityGold*, *Heritage Gold House* dan Kedai emas Madras menggunakan kuning untuk skrip penuh (rujuk Imej 9) manakala Kedai Emas Bombay Jewellery menggunakan kuning bagi salah satu perkataan (rujuk Imej 10). Hal

ini sedemikian kerana, emas juga berwarna kuning. Justeru, kuning digunakan pada papan tanda di kedai emas. Manakala, kedai emas yang menjual barang emas bersalut dan kedai pajak tidak menggunakan warna kuning pada papan tanda. Warna biru dan merah digunakan secara selang-seli bagi perkataan-perkataan pada papan tanda tersebut. Kedai yang menjual barangan emas bersalut juga menggunakan warna merah pada latar belakang. Oleh itu, pengkaji dapat menyimpulkan bahawa warna kuning mendapat tempat yang penting pada papan tanda di kedai emas. Selain daripada ciri budaya masyarakat India, warna kuning dipilih secara rasional bagi kedai-kedai tertentu.

**Imej 9 : Kedai Emas *CityGold, Heritage Gold House* dan Madras**



**Imej 10 : Kedai Emas Bombay Jewellery**



Menurut RP13, kedua-dua warna kuning dan merah dikatakan sebagai warna yang memberi kemenangan dan kesejahteraan. Papan tanda kedai *Mangala Theebam* ditulis dengan warna kuning (rujuk Imej 5). Perkataan *mangalam* merupakan sifat warna kuning iaitu *holy* yang digambarkan oleh masyarakat India. Pemilik kedai tersebut memilih warna yang sesuai bagi nama kedai tersebut.

### Estrak 3

Kenyataan RP13: *Unggalukeh teriyum Indians ku mangalakaramana colour naa soppum manjal lum nu. Samy ku uriya colour. Inteh colour panpaduthuna namuku vetri varum apporom santhosam, nimaithu ellam tarum nu nambikai. athunaleh inggeh ungeleh kadaileh ellam anteh colour use pannirukaggeh nuu nenaikuren.*

Transkripsi : *As u know red and yellow is lucky colour for Indians. They use this colour more for rituals and prayers. Indians also believe that these colours bring success and happiness in life. I guess that was main reason they use this colours on billboards.*

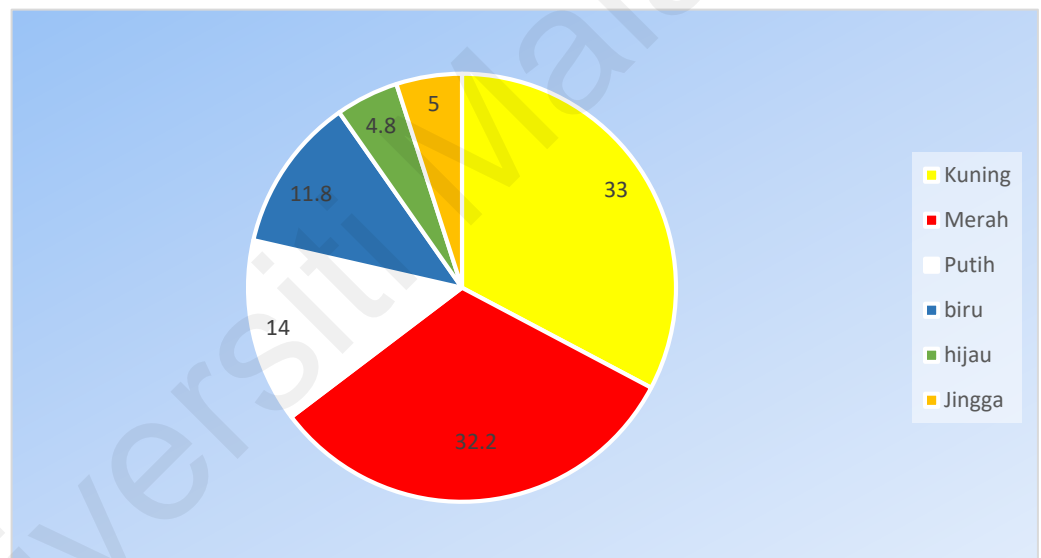
Berdasarkan pendapat Priangkah (2019) warna kuning dan merah digunakan untuk menarik perhatian para pelanggan. Kebanyakan papan-papan tanda di kedai-kedai tersebut menggunakan warna kuning dan merah pada papan tanda mahupun untuk skrip atau latar papan tanda. Ia menunjukkan hubungan kekuningan dengan keagamaan kaum India. Hal ini menyedarkan generasi akan datang untuk tidak pandang rendah akan warna kuning. Warna kuning merupakan warna asas iaitu bukan campuran warna-warna lain. Begitu juga, kekuningan merupakan unsur yang jelas dan suci tanpa pencampuran.

Warna merah memberi perasaan keceriaan manakala warna kuning dapat menimbulkan perasaan lapar (Singh, 2006). Tetapi, kedai yang bernama Mr Naan dan

Mrs. Idly sahaja menggunakan latar kuning dan kedai-kedai lain lebih menggunakan warna merah pada skrip. Terdapat kedai yang menggunakan hampir keseluruhan skrip dalam warna merah seperti *Shri Kottu Malai Pillayar*, *Shri Alaagiyaa Devi*. Oleh itu, kedua- dua warna ini banyak digunakan pada kedai makanan dan juga kedai yang menjual barangan keperluan harian masyarakat India.

**Rajah 2 : Penggunaan Warna pada Papan tanda di pekarangan Brickfields *Little***

*India*



Berdasarkan rajah 2, penggunaan warna kuning adalah tertinggi, iaitu sebanyak 33% dan diikuti dengan warna merah iaitu sebanyak 32.2 %. Selain daripada kedua-dua warna tersebut, warna putih digunakan iaitu sebanyak 14% dan diikuti dengan warna biru sebanyak 11.8%, warna jingga dan warna hijau juga digunakan oleh para pengusaha secara ketara iaitu sebanyak 5% dan 4.8 % masing-masing. Sebanyak 67 buah papan tanda menggunakan kombinasi penggunaan warna merah dan kuning. Hynes (2009) berpendapat bahawa warna merah ini selalunya digunakan bagi menyimbolkan dewa-

dewi di kuil dan ini adalah warna keagamaan masyarakat India. Menurut R2, bagi kaum India, warna merah mampu merasai jiwa yang tenang yang bersamaan Tuhan dalam diri.

Warna merah juga dikaitkan dengan perkahwinan India. Pengantin Hindu tradisional masih memakai merah pada hari perkahwinan mereka. Pengantin lelaki juga menghiasi dahi pengantin perempuan dengan warna merah tua sebagai simbol perkahwinan, kemakmuran, kesuburan, dan kebahagiaan rumah tangga. Merah adalah lambang wanita yang sudah berkahwin yang suaminya hidup. Janda dilarang memakai merah dan dipaksa memakai putih. Merah juga merupakan warna chakra asas, *mooladhara*, yang menghubungkan kita dengan Ibu Pertiwi dan juga kepada naluri kelangsungan hidup kita. Oleh itu, kebanyakan papan tanda menggunakan warna merah yang menghubungkaitkan dengan budaya hindu. Kenyataan dapat dilihat di estrak 4.

#### Estrak 4

RP19: *Manjal vanthu mangalakaramana colour nggeh. Athu namaku valapathaiyum munnentharamum kudukum nuu sollvanggeh. Anteh colour enggeh ninnu paathalum manasuku ithama irukum, nalla positive vibe kudukum. Nalla colour kuudeh nambeh anteh kadaiku pooveh sollum.*

Transkripsi : *Yellow is holy colour. That colour gives us success and prosperity. Even we see that colour from far it will give happiness to us; Gives positive energy. Sometimes colours also attract us to visit that shop.*

Kebanyakan masyarakat India memberi keutamaan semasa menjalankan upacara perayaan. Memulakan sesuatu sambutan atau perayaan keagamaan dengan

merintis air kunyit menjadi kebiasaan masyarakat India. Semasa perayaan Thaipusam, kita boleh melihat kebanyakan orang memakai pakaian yang berwarna kuning sewaktu menunaikan nazar mereka di kuil (Satiaseelan, 2017). Selain daripada masyarakat India, golongan Cina guna menggunakan warna kuning dalam upacara keagamaan dan di tempat ibadat. Mereka percaya bahawa menyembahkan warna kuning ini memberi ketuahan dan juga *vows* mereka disempurnakan oleh tuhan (Labrie, 2019). Memandangkan masyarakat Cina juga tinggal di Malaysia, penggunaan warna kuning pada papan tanda merupakan salah satu teknik untuk menarik pelanggan Cina datang ke kedai mereka.

Warna putih juga digunakan secara luas pada papan tanda iaitu sebanyak 14%. Warna putih merupakan warna yang mewakili ketenangan, kecerahan, dan kecerahan pengetahuan dan dianggap sebagai warna yang suci oleh masyarakat India (Narayanan, 2000). Warna putih melambangkan ketenangan. Elemen-elemen suci seperti kemuliaan dan moral tinggi ditunjukkan melalui warna putih. Warna tersebut dapat melahirkan perasaan tenang atau jiwa yang mesra bagi menjalani kehidupan yang harmoni sesama manusia, alam sekitar dan Tuhan (Santhi, 2018). Dari pespektif yang lain, warna putih mendapat tempat yang lebih penting dalam bendera Malaysia iaitu Jalur Gemilang. Warna putih tersebut melambangkan kesucian dan keikhlasan. Justeru, warna putih dianggap sebagai warna yang suci mahupun dalam kalangan masyarakat India dan secara universal.

Jika kita teliti warna putih ini kurang digunakan pada tulisan yang terdapat pada papan tanda, malah ia digunakan sebagai *background* pada papan tanda. Warna ini digunakan sebagai warna *background* untuk menonjolkan huruf yang ditulis dalam warna yang berlainan. Walaupun demikian, terdapat papan tanda pada kedai Vasantha



Bhavan menggunakan tulisan warna putih di mana background adalah warna hijau. Hal ini mungkin disebabkan, warna gelap di belakang warna putih dapat menonjolkan tulisan tersebut dengan jelas. Menurut RP20 latar yang putih mampu memberikan pandangan yang lebih teratur serta skrip dan imej yang tertera pada papan tanda tersebut dapat dilihat dengan jelas.

Berdasarkan pemerhatian, boleh menyimpulkan bahawa warna merah, kuning dan putih mempunyai hubungan rapat dalam kehidupan masyarakat India. Ketiga-tiga warna ini melambangkan kesucian, keharmonian, kegemilangan dan kegembiraan (R2). Brickfields *Little India* merupakan tempat yang dikunjungi oleh masyarakat India. Oleh itu, warna yang mempunyai hubungan rapat dalam kehidupan golongan India digunakan secara berleluasa pada papan tanda. Oleh itu, boleh dikatakan bahawa papan tanda di Brickfields *Little India* mencerminkan identiti masyarakat India (RP17).

#### Estrak 5

RP17 : *Nambeh Indians use manjal, sivappu colors mangalakarama functios ku. Athu ellam namaku nameiyeh taarum nu nambikai. Nambeh Sammy ku payan paduthureh manjal, kunkuman ellam meh, iteh ellameh meh inteh color leh than iruku. Papan Tanda leh use pannirukkeh colors symbolic indian culture.*

Transkripsi: Golongan India selalu guna warna merah, kuning untuk sembayang dan juga upacara ada istiadat. Kita percaya warna ini memberi

buah dan kegemilangan kepada kita. Warna yang digunakan pada papan tanda mencerminkan ciri budaya kaum India.

Secara ringkas, warna merah, kuning dan putih banyak digunakan pada papan tanda bagi abjad atau latar. Berdasarkan teori Parameter ciri budaya yang digunakan oleh pengkaji, warna skrip merupakan antara aspek yang menunjukkan budaya sesuatu kaum. Selain daripada alat yang menarik perhatian para pelanggan, pemilik memilih warna-warna yang berhubung kait dalam kehidupan mereka. Ia juga menjelaskan bahawa masyarakat India yang tinggal di Malaysia masih memberi keutamaan kepada budaya mereka. Jika dibandingkan dengan negara asing Darul Salam, penggunaan warna pada papan tanda tidak diambil kira oleh para responden mahupun pemilik kedai. Penggunaan warna tidak memberi sebarang makna malah ia dilihat sebagai tarikan sahaja (Mabala & Seleman, 2017). Dapatan ini sangat berbeza dengan kajian pengkaji yang dijalankan di Brickfields, *Little India*. Penggunaan warna pada tanda di sini menarik perhatian lebih daripada 70% pelanggan dan mereka memahami maksud yang ingin disampaikan melalui penggunaan warna.

#### **4.2.3 Imej / Simbol**

Budaya sesuatu kaum dapat dicerminkan melalui pakaian, makanan, agama dan sebagainya. Setiap kaum mempunyai ciri yang tersendiri untuk mempromosikan kaum masing-masing. Oleh itu, penggunaan simbol atau imej merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperkenalkan ciri budaya kaum masing-masing (William, 2011). Simbol dan imej yang terdapat pada papan tanda di Brickfields *Little India* dibahagikan

kepada tiga golongan iaitu nama tuhan, simbol dan imej identiti masyarakat India. Jadual 4 menunjukkan simbol dan imej yang didapati dalam data.

**Jadual 4 : Bilangan simbol agama, imej budaya dan imej tuhan yang terdapat pada papan tanda di Brickfields.**


<b>Jenis</b>	<b>Bilangan</b>
Simbol Agama	15
Imej Budaya	11
Nama Tuhan	2
Jumlah	28

Daripada 100 buah papan tanda sebanyak 28 papan tanda sahaja mengandungi simbol kebudayaan. Daripada 28 buah papan tanda tersebut, 15 papan tanda yang mengandungi simbol keagamaan, 11 buah papan tanda yang mengandungi imej budaya dan dua papan tanda mempunyai nama tuhan. Melalui analisis ini, pengkaji dapat menyimpulkan bahawa terdapat papan tanda di Brickfields *Little India* mengandungi simbol keagamaan walaupun dalam bilangan yang kecil.

Imej 11 : Simbol keagamaan yang digunakan pada papan tanda Brickfields *Little*

*India.*

Bilangan	Simbol Agama	Nama Simbol Agama
6	 <p>The image shows a restaurant sign for 'SRI KORTALAI RESTAURANT'. The sign includes the text 'SRI KORTALAI RESTAURANT' and 'ஸ்ரீகோர்டலாய் மலை உணவகம்'. A Swastika symbol is circled in red on the sign.</p>	Swastikam
7	 <p>The image shows a sign for 'SEETHA FAMILY CURRY HOUSE'. The sign includes the text 'SEETHA FAMILY CURRY HOUSE' and 'PURE VEG. NON GARLIC &amp; ONION'. A Swastika symbol is circled in red on the sign.</p>	Swastikam
8	 <p>The image shows a sign for 'RUDDRA VEENAY'. The sign includes the text 'RUDDRA VEENAY' and 'ருத்ரா வீணை 盧啦薇尼'. A Kumbha symbol is circled in red on the sign.</p>	Kumbam

9		<p>Vel</p> <p>Seval @ Ayam Jantan</p> <p>Kudam Kuttuvilaku</p>
---	--	--

Imej 11 menunjukkan simbol keagamaan yang digunakan pada papan tanda Brickfields *Little India*. Simbol yang terdapat pada gambar 6 & 7 adalah dikatakan sebagai Swastikam. Perkataan *swastika* berasal dari Sanskrit : स्वस्तिक , rumi : *svástika* , bermakna 'konduktiviti untuk kesejahteraan'. Menurut agama India, simbol menghadap ke kanan (卐) disebut *swastika*, melambangkan *surya* ('matahari'), kemakmuran dan keuntungan. Matahari dianggap sebagai tuhan kepada masyarakat India kerana ia memberi cahaya dan kegemilangan kepada dunia. Dalam budaya masyarakat India, *swastika* adalah simbol suci. Di rumah masyarakat India selalunya *swastika* diletakkan di hadapan rumah sebagai simbol kekayaan. Simbol tersebut juga dihubungkan dengan dewa *Pillayar*. Imej 6 yang menunjukkan papan tanda kedai makan Sri Kortumalai menggunakan simbol tersebut kerana nama kedai tersebut berkait dengan dewa *Pillayar* secara tidak langsung. Malah, imej ketujuh pula menggunakan simbol sebagai tanda hormat yang diberikan kepada dewa. Hal ini demikian kerana, masyarakat India menyembah dewa *Pillayar* sebelum memulakan semua aktiviti adat dan budaya. Ia juga digunakan sebagai simbol kerohanian dalam agama Hindu. Oleh itu, simbol *swastika* ini boleh dilihat pada kebanyakan papan tanda di *Little India*.

Imej kelapan pula menunjukkan *kumbam*. *Kumbam* selalunya diletakkan untuk upacara atau perayaan di rumah dan kuil. *Kumbam* belanga berisi dengan air kunyit,

beras, kelapa, bunga dan juga barangan perayaan seperti *Navathaniyam* (9 jenis bijiran). Sebelum memulakan sesuatu perniagaan atau pindah ke rumah baru *kumbam* disediakan untuk memulakan perayaan dan dipercayai membawa kekayaan dan kesuburan kepada sesuatu perkara yang kita mulakan. Ia juga disimbolkan sebagai barangan suci yang boleh mengeluarkan aura keburukan yang terdapat di sesuatu tempat.

Simbol keagamaan yang terdapat pada imej 9 adalah “*vel*” (anak panah), *Seval* (ayam jantan), *kumbam* (belanga yang dibuat daripada timah atau gangsa berisis air), *vilaku* (lampu) dan juga *kuttu vilaku* (lampu). *Vel* merupakan alat yang diguna oleh dewa *Murugan* yang disembah oleh masyarakat Hindu. Simbol *vel* ini dianggap sebagai memberi pengetahuan yang luas dan tajam dalam sesuatu perkara yang kita melakukan. Ia juga dianggap sebagai memberi aura yang positif kepada sesuatu tempat. *Seval* adalah ayam jantan yang merupakan pengangkutan kepada dewa *Murugan* (Priangkah, 2019). Justeru, pemilik kedai menggunakan simbol-simbol tersebut bagi menunjukkan kaitannya dengan nama kedai. Pemilik kedai, R2 mengatakan bahawa *kumbam* dan *kuttu vilaku* merupakan antara simbol pelita yang memberi cahaya dalam kehidupan seseorang.

#### **Estrak 6**

Kenyataan R2 : *Tamilar oodeh mukiyama function leh yeh kuttuvilakum kum kumbamum kandipaa irukum nggeh. Vilaku ethurathu vithuku olli tarum , manasuku nalla vibes tarum, idameh aalaga maatirum. Athuleh irukareh ooli nambeh vazkaileh yum varum num enaku periya nambikai nggeh.*





Transkripsi: *Kuttuvilaku and kumbam will take place in in all important India festivals. Kuttuvilaku gives light, brightness and good vibes. I believe that light from that kuttuvilaku gives brightness into my life as well*

*Kuttu vilaku* selalunya dinyalakan di kuil atau rumah sebelum sesuatu upacara atau perayaan dimulakan. Adat menyalakan lampu sebelum memulakan sesuatu perkara ibarat menceriakan kehidupan orang tersebut seperti tempat itu menjadi ceria selepas mendapat cahaya yang terang. Oleh itu, simbol-simbol keagamaan yang digunakan pada papan tanda menunjukkan bahawa masyarakat India selalu mempromosikan ciri-ciri kebudayaan mereka di mana jua mereka berada.

Analisis juga menunjukkan bahawa simbol budaya turut digunakan pada papan tanda di Brickfields *Little India*. Pelbagai sumber budaya digunakan pada papan tanda dan imej 4 memaparkan beberapa contoh imej yang dikumpulkan daripada data.

**Imej 12 : Imej simbol budaya yang terdapat pada papan tanda**

Bilangan	Simbol Budaya	Makna Simbol
10		Vanakam (Simbol salam)

11		Pokok Pisang
12		Periuk Tanah
13		Vilaku @ Pelita
14		Veenai @ Alat muzik



Imej 12 menunjukkan simbol-simbol budaya yang terdapat pada papan tanda. Simbol *vanakam* dipaparkan pada papan tanda kesepuluh. Masyarakat India selalu merapatkan kedua-dua belah tapak tangan di hadapan orang lain sebagai simbol mengucapkan salam / selamat datang dan terima kasih dengan cara yang penuh sopan. Penggunaan simbol ini pada papan tanda adalah untuk menjemput dan berterima kasih para pelanggan yang datang untuk membeli barang atau makan di kedai tersebut. Terdapat imej pokok dan daun pisang digunakan pada papan tanda yang ke-11. Daun pisang biasanya digunakan oleh masyarakat India sebagai pinggan semasa menghidangkan makanan di restoran dan di rumah. Makanan daun pisang memang terkenal dalam kalangan masyarakat India. Masyarakat India menggunakan daun pisang sebagai pinggan untuk makan secara turun temurun. Secara saintifik, dibuktikan bahawa daun pisang bukan sekadar bahan untuk makan makanan malah daun pisang mempunyai banyak khasiat perubatan. Klorofil, bahan kimia yang terdapat dalam daun pisang mempunyai banyak khasiat perubatan dan menyihatkan tubuh manusia. Ia mempercepatkan penghadaman makanan dan menyembuhkan ulser usus. Tambahan pula, toksin yang terdapat dalam makanan akan disingkirkan apabila makan makanan di atas daun pisang. Jika pelanggan mengetahui rahsia sebalik penggunaan daun pisang ini sudah pastinya mereka akan mengunjungi kedai tersebut dengan hanya melihat simbol daun pisang ini.

Penggunaan daun pisang pada papan tanda ini menjelaskan bahawa semua makanan di kedai ini dihidangkan di atas daun pisang. Pokok pisang pula akan diikat di rumah dan di kuil semasa upacara perkahwinan, pertunangan dan aktiviti keagamaan. Bagi melambangkan identiti kaum, elemen-elemen ini dipaparkan pada papan tanda di Brickfields *Little India*.

Imej 12 menunjukkan penggunaan Periuk Tanah pada papan tanda. Periuk Tanah selalu digunakan oleh masyarakat India untuk memasak masakan lauk yang penuh dengan rempah ratus. Masakan yang masak di dalam periuk tanah lebih sedap daripada masakan yang masak dalam periuk biasa. Selain itu, masakan yang masak dalam periuk tersebut tahan lama dan kepanasan makanan dikekalkan. Periuk tanah dibuat daripada tanah liat yang bersifat alkali. Sifat ini membolehkannya berinteraksi dengan asid dalam makanan semasa dimasak, sehingga menyeimbangkan pHnya. Ia bukan sahaja menjadikan makanan lebih sihat tetapi juga memberikan aroma yang enak. Makanan yang dimasak dalam periuk tanah liat menjadi kaya dengan pelbagai mineral seperti besi, fosforus, kalsium, magnesium dan lain – lain. Selain itu, ia juga mengekalkan nilai nutrisi makanan dengan membiarkan panas dan kelembapan beredar sekata semasa proses memasak. Ini membolehkan makanan mengekalkan lebih banyak nilai nutrien daripada makanan yang disediakan dalam peralatan lain. R7 menyatakan bahawa aroma sebenar makanan dapat dikekalkan ketika dimasak dalam periuk tanah dan kebanyakan golongan India masak dalam periuk ini. Ia suatu tradisi kaum India yang tidak boleh dilupakan.

#### **Estrak 7**

Kenyataan RP8: *Man paanai leh samairikrathu avalo rusiya irukum. Udambuku nallathu. Nambeh paati , amma ellam athuleh samaipanggeh. Rombeh rusiya irukum. Nambeh trdition athu. Naa epothum inggeh varuven man paanai sappadu sappudeh.*

Transkripsi : Masak gunakan periuk tanah liat meningkatkan keenakan makanan. Baik juga untuk kesihatan. Nenek moyang dan ibu kita masak dengan periuk itu. Enaknya

makanan tersebut. Ia merupakan tradisi kita. Saya selalu datang ke kedai ini untuk makan masakan periuk tanah liat.

Imej 13, menunjukkan gambar “*vilakku*” dikenali sebagai pelita. Pelita ini membawa maksud kecahayaan. Setiap hari, sebahagian besar masyarakat India akan menyalakan pelita di rumah semasa waktu sembayang. Masyarakat India percaya bahawa kehidupan mereka akan berseri seperti cahaya ini apabila menyalakan pelita di tempat sembahyang setiap hari. Cahaya pelita melambangkan restu tuhan dan menghindarkan manusia daripada sebarang kejahatan. Pemilik kedai memilih nama ‘Mangala Deepam’ untuk kedai ini. Mangala Deepam bermaksud pelita yang bercahaya. Walaupun nama kedai ini tidak ditulis dalam Bahasa Tamil tetapi penggunaan pelita dan ‘mangalam’ pada papan tanda ini menunjukkan budaya masyarakat India. Justeru, penggunaan nama dalam Bahasa Tamil melalui transliterasi menunjukkan kepekaan masyarakat India dalam pemilihan bahasa untuk penggunaan dalam kehidupan seharian. Di samping itu, warna kuning yang melambangkan cahaya juga digunakan pada papan tanda tersebut. Oleh itu, pemilihan warna ini sesuai dengan nama tersebut.

Seterusnya, imej 14 menunjukkan sebuah peralatan muzikal masyarakat India iaitu ‘Veenai’ digunakan pada papan tanda. Masyarakat India berhubung rapat dengan karya seni iaitu penulisan, muzik dan drama. Hubungan ini dirujuk sebagai ‘Mutthamizh’ iaitu *Iyal, Isai, Nadagam* dalam Bahasa Tamil. Veenai digunakan pada papan tanda kedai yang menjual barangan yang berkaitan seperti CD, DVD dan sebagainya. Justeru, pemilihan gambar peralatan muzikal ini mencerminkan budaya kaum India di mana Veenai merupakan alatan muzikal bertali yang digunakan oleh

masyarakat India. Selain itu, alat muzik ini juga dikaitkan dengan Dewa Saraswathi yang sentiasa digambarkan bersama veenai.

**Imej 13 : Nama dan imej tuhan yang terdapat pada papan tanda di Brickfields**

*Little India*

Bilangan	Nama / Imej Tuhan
15	

16	
17	

Contoh Imej 13 di atas menggambarkan gambar tuhan. Imej menunjukkan gambar *Dewa Krishnan* yang disembah oleh masyarakat India. Biasanya, kaum India yang menyembah tuhan *Krishna* dan makan makanan sayuran-sayuran (*vegetarian*) seumur hidup mereka. Imej dewa ini dipaparkan pada papan tanda ini menunjukkan bahawa dalam restoran ini hanya menghidangkan makanan sayur-sayuran sahaja. Penampilan imej dewa pada papan tanda memberi impak yang positif kepada para pelanggan yang datang ke kedai tersebut.

Imej 13 pula menunjukkan nama Dewa *Murugan*. Dewa *Murugan* disembah oleh masyarakat India. Dewa *Murugan* turut dikenali sebagai dewa yang berkait rapat dengan Bahasa Tamil dan diberi nama sebagai *Tamil Kadavul Murugan*. Berdasarkan Sejarah India, tatabahasa pertama diperkenalkan oleh Agathiyar. Ia diberi nama sebagai Agathiyam. Tatabahasa tersebut telah dibentangkan di depan Dewa *Murugan* bersama beberapa ahli falsafah sebelum diiktiraf (P. Thiagarjan, Pandaiya Tamilargal Paarvayil

Murugan). Perayaan paling istimewa untuk dewa ini ialah Thaipusam. Kedai ini pula menjual barangan sembayang yang diperlukan oleh masyarakat dalam kehidupan seharian. Kedai ini diberi nama *Dewa Murugan* untuk menarik pelanggan supaya menggunakan perkhidmatan mereka.

Selain itu penggunaan nama kedai “Seetharam” juga merupakan suatu ciri budaya yang menarik perhatian pengkaji. “Seetharam” merupakan nama Dewa dan Dewi yang disembah oleh golongan India yang tinggal di Utara yang dikenali sebagai bangsa Arya. Dewa Rama dikenali dengan perlbagai nama iaitu *Raman*, *Rama*, dan juga *Ram*. Kesemua nama ini digunakan mengikut kawasan yang didiami oleh masyarakat India. Ram dikenali sebagai dewa yang melindungi segala benda hidup di bumi ini dan juga Dewi Seetha disembah untuk mendapat kekayaan dan juga kemewahan dalam kehidupan. Kebanyakan masyarakat India yang tinggal di Malaysia juga memyembah dewa dan dewi ini. R1 berkata “Seetharama” merupakan dewa dan dewi yang disembah oleh keluarga beliau secara turun – temurun sejak zaman nenek moyang mereka. Penggunaan nama di papan tanda ini memberi makna yang tersirat ciri budaya yang terdapat pada papan tanda di Brickfields, *Little India*.

Saiz skrip juga dapat menunjukkan kesetiaan masyarakat India ke atas budaya mereka. Walaupun banyak papan tanda tidak memiliki saiz skrip yang bagi Bahasa Tamil, terdapat beberapa papan tanda yang memberikan kepentingan sama rata. Papan tanda bagi segelintir kedai makanan seperti Aariyaa Bhavan, Dindugal Thalappakatti (rujuk Imej 14) menggunakan saiz skrip yang sama bagi Bahasa Melayu dan Bahasa Tamil. Warna yang digunakan bagi skrip Bahasa Tamil dan Bahasa Melayu pada papan tanda Dindugal Thalappakatti adalah sama. Manakala, bagi kedai makan Aariyaa Bhavan pula menggunakan warna yang berbeza iaitu jingga bagi Bahasa Tamil dan

merah bagi Bahasa Melayu. Tetapi, jingga dan merah mempunyai pantulan cahaya yang agak sama. Kedai-kedai yang dikategorikan sebagai lain-lain menggunakan saiz skrip yang sama bagi Bahasa Tamil dan bahasa lain. Oleh itu, pengkaji mendapati kedai makan dan kedai yang menjual barang-barang tertentu menggunakan saiz skrip yang sama melainkan kedai-kedai yang lain seperti kedai persolekan, kedai emas. Malah, menurut estrak 6 pelanggan lebih suka saiz skrip yang berbeza. Terdapat kajian lepas yang menyatakan bahawa, kebiasaanya papan tanda memilik saiz skrip yang sama. Walaupun berbeza dari segi warna dan bahasa, tetapi maklumat dan saiz huruf papan tanda hampir sama (Alotaibi, 2022) di Saudi Arabia.

**Imej 14 : Kedai Aarya Bhavan dan Dingukul Thalapakatti**



#### **Estrak 8**

Kenyataan RP12 : *For me I see billboards of this shop is unique. They wrote in different colos and size. I usually come to this shop to eat clay pot dishes, 1<sup>st</sup> time when I croses this shop saw many pictures of clay pot on their billboards and also outside of shop. It draws my attention to came to eat clay pot rice with my friends. It was very tasty. You know right we Chinese people also cook foods in clay pot. Eating food in clay pots gives a lot of health benefits lor.*

Transkripsi : Saya mendapati papan tanda kedai ini unik. Mereka guna pelbagai warna dan saiz skrip. Saya datang kedai ini kerana guna periuk tanah liat. Apabila saya terlintas

di jalan, saya lihat imej periuk tanah liat pada papan tanda mereka buat kali pertama. Imej tersebut menarik perhatian saya bagi datang ke kedai ini untuk makan bersama rakan-rakan saya. Makanan itu sangat sedap. Seperti yang anda tahu, masyarakat Cina juga guna periuk ini untuk masak. Makan masakan dalam periuk ini beri banyak kebaikan untuk kesihatan.

Menurut RP 12 papan tanda di Brickfields *Little India* mempunyai keunikan tersendiri. Kepelbagaian warna dan saiz skrip menarik perhatian pelanggan yang bukan bermasyarakat India. Penggunaan warna dianggap penting pada papan tanda (Funk, & Oly Ndubisi, 2006). Penggunaan warna yang sesuai pada papan tanda adalah untuk menarik para pelanggan membeli barangan dan menggunakan perkhidmatan di Brickfields *Little India*.

Berdasarkan dapatan ini, pengkaji dapat merumuskan bahawa papan tanda di Brickfields *Little India* menggambarkan ciri-ciri kebudayaan. Penggunaan bahasa, warna dan simbol memainkan peranan penting dalam kehidupan seharian masyarakat India. Mereka memberi keutamaan untuk warna dan simbol kebudayaan pada papan tanda yang terdapat di Brickfields *Little India* untuk mencerminkan budaya kaum India di Malaysia. Berasaskan parameter ciri budaya yang digunakan oleh Supramani et al.(2013), bilangan bahasa, jenis bahasa, bahasa dominan, saiz skrip dan kedudukan, jenis kedai, jenis tanda dan warna skrip merupakan aspek-aspek yang dapat menghuraikan budaya sesuatu masyarakat. Pengkaji juga menganalisis elemen-elemen tersebut dari papan-papan tanda yang dipilih untuk menghubungkan ciri-ciri pada papan tanda dengan budaya masyarakat India.

#### **4.3 Persoalan Kajian Kedua: Membincangkan ciri-ciri budaya yang dipaparkan**



## **pada papan tanda di Brickfields *Little India* mencerminkan budaya kaum India di Malaysia**

Pengkaji telah menemubual 20 responden (R1, R2, R3 ialah pemilik kedai, manakala RP4 hingga RP20 ialah pelanggan kedai) untuk membincangkan ciri-ciri budaya India yang terdapat pada papan tanda Brickfields *Little India*. Daripada 20 responden, tiga orang merupakan pemilik kedai dan tujuh belas responden merupakan pelanggan yang datang ke Brickfields *Little India*. Pengkaji melabel responden iaitu pemilik kedai sebagai R dan pelanggan yang datang ke Brickfields *Little India* sebagai RP. Hal ini kerana, soalan berlainan yang selaras dengan objektif kajian telah ditanya. Selain itu, terdapat informasi tersendiri pemilik kedai telah dibentangkan dalam analisis manakala maklumat peribadi pelanggan adalah terlindung. Justeru, pengkaji hanya mengemukakan informasi-informasi mengenai responden 1, 2 dan 3. Pengkaji telah menggunakan temu bual separa struktur iaitu responden diberi kebebasan dan kelonggaran untuk menjawab soalan yang diajukan oleh pengkaji.

Temubual separa berstruktur terdiri daripada 2 bahagian iaitu bahagian pertama ialah maklumat responden, motif utama pemilihan ciri budaya India yang terdapat pada papan tanda.

### **4.3.1 Responden Pertama (R1)**

Responden pertama merupakan pemilik kedai Makanan Seetha Ram. Beliau berumur 59 tahun. Beliau menjalankan perniagaan ini lebih daripada 30 tahun. Perniagaan ini merupakan perniagaan yang diwarisi secara turun-temurun. Beliau ialah generasi kedua menjalankan perniagaan ini. Terdapat tiga buah papan tanda yang dipaparkan di kedai ini. Beliau berkata bahawa beliau menggunakan Bahasa Tamil, Bahasa Inggeris dan Bahasa Melayu pada papan tanda.

Menurut beliau, kebanyakan pelanggan yang mengunjungi kedai ini ialah pelanggan yang berbangsa India diikuti pelanggan yang berkaum Cina dan pelanggan Melayu pula jarang mengunjungi restoran ini. Pelbagai makanan dan masakan India dihidangkan di kedai ini dan masyarakat Malaysia yang terdiri daripada pelbagai kaum mengunjungi kedai untuk menikmati hidangan yang disediakan.

Pemilik kedai Makanan Seetha Ram, (R1) berkata bahawa papan tanda kedai makan mereka menggunakan Bahasa Tamil, Bahasa Inggeris dan Bahasa Melayu kerana semua golongan masyarakat akan mengunjungi ke kedai ini untuk makan. Oleh yang demikian, penggunaan pelbagai bahasa tidak dapat dielakkan dan diharap masyarakat yang berbilang bangsa dialu-alukan untuk mengunjungi kedai ini

Gambar 1 dan 2 (Imej 15) merupakan papan tanda kedai makanan Seetha Ram.

**Imej 15 : Papan tanda kedai Seetha Ram**



R1 berkata papan tanda perniagaan diletak pada tahun 2000. Terdapat empat bahasa pada papan tanda tersebut. Iaitu BM, BI, BT dan juga BC. Beliau menyatakan bahawa penggunaan keempat-empat bahasa adalah untuk menarik minat para pelanggan yang berbilang kaum. Walaupun pelanggan Melayu kurang makan di kedai tersebut, tetapi berdasarkan perlembangan Malaysia Bahasa Melayu adalah bahasa rasmi dan perlu dipaparkan pada papan tanda. Warna yang digunakan pada papan tanda ialah hijau, biru, jingga dan kuning. R1 berkata bahawa penggunaan warna biru ialah kerana warna yang digunakan secara tradisi and ia juga merupakan warna kegemarannya. Warna kuning dan jingga digunakan kerana golongan India percaya kedua-dua warna ini memberi ketuahan dalam kehidupan. Warna hijau hanya digunakan pada imej daun pisang dan juga *background* untuk tulisan *south & north Indian Veg & Non veg food*. Hal ini kerana, warna hijau merupakan warna sebenar daun pisang dan melambangkan sayur-sayuran. R1 juga menjelaskan bahawa penggunaan imej daun pisang pada papan tanda adalah untuk memberi maklumat kepada para pelanggan bahawa kedai ini memberi makanan berasaskan sayuran dan bukan sayuran serta dihidangkan di atas daun pisang. Responden juga menerangkan bahawa selain kaum India, Kaum Melayu dan Cina juga suka makan makanan di atas daun pisang. R1 menyimpulkan bahawa ia merupakan teknik untuk menarik pelanggan.

#### **4.3.2 Respoden kedua (R2)**

R2 merupakan pemilik kedai Murugan Stores. Beliau berumur 45 tahun dan menjalankan perniagaan ini selama 7 tahun. Ini adalah perniagaan baharu yang dioperasi

oleh beliau di Brickfields *Little India*. Pelbagai barangan sembayang India boleh dapati di kedai ini. Majoriti pelanggan yang berkunjung ke kedai ini ialah masyarakat India.

### Imej 16 : Papan tanda Murugan Stores



Pemilik kedai Murugan Stores berkata papan tanda ini diletakkan pada tahun 2012. Beliau menggunakan dua bahasa sahaja pada papan tanda iaitu BI dan BT. Warna yang digunakan ialah biru, kuning dan jingga. R2 berkata bahawa penggunaan ketiga – tiga warna berdasarkan tuhan Murugan. Ketiga- tiga warna ini selalunya digunakan untuk menghias patung Tuhan Murugan. Secara jelasnya, warna kuning dan jingga digunakan untuk pakaian dewa dan warna biru pula terdapat pada tubuh burung merak. Selaras dengan nama kedai “Murugan Stores”, penggunaan warna juga berkaitan dengan tuhan tersebut. Selain itu, terdapat imej budaya pada papan tanda ini yang menunjukkan masyarakat India boleh membeli semua jenis barangan sembayang di kedai ini. Simbol *Vel* digunakan pada papan tanda seiring dengan nama tuhan. *Vel* merupakan suatu *Aayutham*@Senjata yang memberi maksud keberanian, pengetahuan luas dan kemahiran. R2 berkata dengan penggunaan simbol tuhan ini untuk menunjukkan identiti kaum India.

Beliau berkata bahawa papan tanda ini dicorakkan oleh beliau sendiri. Ia direka bagi memberi keutamaan kepada imej kebudayaan. Imej kebudayaan yang terdapat pada papan tanda tersebut ialah *Vel*, *Kudam*, *Kuttu vilaku*, *vilaku* dan *Seval* (Ayam Jantan).

*Seval* merupakan haiwan penjaga dewa Murugan. Penggunaan simbol-simbol ini bukan hanya sebagai hiasan pada papan tanda malah ia dipilih sebagai ciri budaya kaum India.

#### 4.3.3 Responden Ketiga (R3)

Responden ketiga merupakan pemilik kedai pakaian. Pemilik kedai tersebut berumur 33 tahun dan beliau berpendidikan ijazah dalam pereka bentuk pakaian dari Universiti Terengganu Malaysia. Beliau menjalankan perniagaan ini selama 15 tahun dan ia merupakan perniagaan ayah beliau. Pemilik kedai memaparkan dua buah papan tanda di kedai beliau. Warna yang digunakan pada papan tanda ini ialah putih, kuning, merah, jingga dan hitam. Beliau berkata bahawa pemilihan warna pada papan tanda adalah mengikut kepercayaan keluarga mereka.

**Imej 17 : Papan tanda kedai Seenivasan**



#### **Estrak 9**

Responden 3: *My father used yellow color because that color gives us prosperity and happiness. Mostly, all things inside this shop are in yellow and red color. I believe red can easily attract people.*

Transkripsi : Ayah saya guna warna kuning kerana ia beri kemakmuran dan kegembiraan. Kebanyakan barang-barang di kedai ini berwarna kuning dan merah. Saya harap warna merah menarik perhatian orang ramai dengan mudah.

Walaupun ia mempunyai maksud yang tersirat terhadap penggunaan unsur budaya pada papan tanda tetapi ia juga dianggap sebagai teknik menarik minat para pelanggan (R3). Para pelanggan pula memberi pandangan agak berbeza tentang papan tanda yang terdapat di Brickfields *Little India*. Beliau menggunakan warna kuning pada papan tanda kerana menganggap warna tersebut membawa kemakmuran dan kesejahteraan. Beliau juga menerangkan bahawa disamping pelbagai warna, pakaian yang berwarna kuning dan merah adalah banyak di kedai tersebut. Beliau mengimport banyak pakaian berwarna merah kerana beliau percaya bahawa warna merah akan menarik perhatian orang ramai. Justeru, warna tersebut digunakan pada papan tanda. R3 juga berkata, beliau sudah beberapa tahun ambil alih perniagaan daripada ayahnya. Beliau telah melakukan pelbagai penukaran untuk memodenkan kedai tersebut. Malah, beliau berkata kepercayaan ayah pada pemilihan warna merah pada papan tanda tidak diubah. Beliau mengekalkan warna merah pada papan tanda kerana menganggap warna tersebut memberi ketuahan kepada perniagaan keluarganya. Warna putih merupakan warna dominan pada papan tanda kedai ini. Warna tersebut boleh dilihat dengan jelas yang seiring dengan *background* yang gelap. Warna ini dapat menyimbangkan warna-warna gelap tersebut.

Jadual 5 menunjukkan analisis jawapan bagi soalan I (Bahagian B) dalam temubual bersama responden yang selalu datang ke Brickfields *Little India*.

**Jadual 5 : Analisis Soalan I (Bahagian B) responden**

<b>Responden</b>	<b>Bahasa</b>	<b>Warna</b>	<b>Simbol</b>
Keempat	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Tidak Menarik
Kelima	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Tidak Menarik
Keenam	Menarik Perhatian	Tidak Menarik	Menarik Perhatian
Ketujuh (foreigner)	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Tidak Menarik
Kelapan	Menarik perhatian	Tidak Menarik	Menarik Perhatian
Kesembilan	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian
Kesepuluh (foreigner)	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Tidak Menarik
Kesebelas	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Tidak Menarik
Keduabelas	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian
Ketigabelas	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Menarik perhatian
Keempatbelas	Menarik Perhatian	Tidak Menarik	Menarik Perhatian

Kelimabelas ( <i>foreigner</i> )	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian
Keenambelas	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian
Ketujuhbelas	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian
Kelapanbelas ( <i>foreigner</i> )	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian
Kesembilanbelas	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian	Menarik Perhatian
Keduapuluh	Menarik Perhatian	Tidak Menarik	Menarik Perhatian
Jumlah (peratus)	100	70	50

Sebanyak 17 orang responden telah menjawab soalan ini sewaktu ditemubual. Mereka merupakan pelanggan yang sentiasa datang ke kedai tersebut untuk membeli barang. Soalan ini hanya ditujukan terhadap pelanggan kerana ia melibatkan faktor tarikan perhatian. Pemilik kedai tidak dapat menjawab soalan ini kerana mereka yang memilih bahasa, warna dan simbol yang digunakan pada papan tanda bagi premis mereka. Pendapat mereka mungkin tidak neutral. Oleh itu, pendapat pelanggan sahaja dititikberatkan bagi memperolehi dapatan yang kukuh dan tidak berat sebelah. 100 % mengatakan bahawa bahasa yang ditulis pada papan tanda adalah menjadi daya tarikan untuk mereka membeli barangan atau makan di sebuah kedai. Sebanyak 70 % responden pula berkata penggunaan warna pada papan tanda menjadi tarikan utama kepada mereka



malah 50 % berkata penggunaan imej juga menjadi tarikan pada papan tanda di Brickfields *Little India*. Ini menunjukkan bahawa bahasa dan warna yang terdapat pada papan tanda menarik pelanggan dengan cepat berbanding dengan imej budaya. Responden ke20 mengatakan bahawa bahasa yang terdapat pada papan tanda memberi maklumat yang secukupnya dan diperlukan oleh para pelanggan.

### Imej 18 : Papan tanda Restoran Anjappar



Selain itu, informasi yang lengkap diberi oleh para peniaga pada papan tanda *veg or non veg*, iaitu *veg* adalah singkatan bagi 'vegetarian' dan *non veg* adalah singkatan bagi 'non vegetarian' yang bermaksud kedai yang menjual makanan yang berasaskan sayur-sayuran dan bukan berasaskan sayur-sayuran. Imej 18 menunjukkan bahawa papan tanda kedai Anjappar yang memiliki frasa yang menyatakan *Indian high quality veg and non-veg restaurant*. Secara jelasnya, pelanggan dapat mengetahui makanan *veg* dan *non-veg* boleh didapati di kedai ini.

### Imej 19 : Papan tanda kedai Seenivasan



Sari dan pakaian wanita membawa maksud segala pakaian wanita boleh didapati di kedai ini walaupun ditulis dalam huruf yang kecil informasi tambahan atau informasi yang lengkap sebegini akan membantu para pelanggan untuk memilih kedai yang mereka inginkan. Hal ini memudahkan pelanggan lalu menarik perhatian mereka. Imej 19 menunjukkan gambar sari sahaja dipaparkan pada papan tanda. Tetapi, terdapat frasa Penjual Sari dan Pakainan Wanita. Dengan ini peniaga kedai memberi maklumat kepada pelanggan bahawa semua jenis pakaian dijual di kedai ini. Penggunaan perkataan “Silk Saree” juga memberi maksud kepada para pelanggan bahawa kedai ini memberi keutamaan dalam penjualan sari yang diperbuat daripada sutera yang berkualiti tinggi.

Berdasarkan dapatan yang diperolehi daripada pelanggan, pengkaji mengenal pasti dua ciri yang menjelaskan budaya kaum India pada papan tanda di *Little India*. Iaitu, Bahasa dan Identiti.

#### **4.4 Ciri Bahasa**

Bahasa yang digunakan pada papan tanda Brickfields *Little India* menjadi tarikan orang ramai. R1 mengatakan bahawa saiz tulisan bahasa dan skrip bahasa yang ada pada papan tanda memberi keutamaan kepada para pelanggan. Kebanyakan papan tanda di Brickfields *Little India* ditulis dalam Bahasa Tamil dan Bahasa Melayu. R2 dan RP5 mengatakan bahawa Bahasa Melayu digunakan pada papan tanda kerana ia merupakan bahasa kebangsaan dan bahasa rasmi di negara Malaysia.

#### **Estrak 10**

Kenyataan R2 & RP5 : *Nambeh naaddu sattam padi sign boards leh malay irukanum , cause athu nambeh naaddiyin aathigarapuurvamaana mozli athan.*

Transkripsi : Berdasarkan perlembangan Malaysia, Bahasa Melayu harus digunakan pada papan tanda kerana ia merupakan Bahasa Rasmi dan Bahasa Kebangsaan.

Peraturan Majlis Perbandaran Kuala Lumpur (MPKL) juga menetapkan bahawa penggunaan Bahasa Melayu harus diadakan pada papan tanda perniagaan (Akta kebangsaan 1976 , Perkara 152(1) Perlembangan Malaysia). Perkataan Bahasa Melayu juga mesti ditulis secara jelas dan digunakan dengan warna yang terang supaya dapat dilihat dari jauh. Selain itu, penulisan Bahasa Tamil dalam warna yang berbeza dan besar memberi impak bahawa pemilik kedai tersebut memberi kepentingan kepada bahasa ibunda. RP5 dan RP6 mengatakan bahawa bahasa ibunda harus diberi keutamaan dan penggunaan bahasa ibunda mesti dikekalkan.

#### **Estrak 11**

Kenyataan RP5 & RP6 : *Kadai peer leh tamil mozhi ku kandipaa mukiyathuvum kudukanum nggeh. Tamil namathu thai mozli . nambeh payan padutuleh naa vereh yaaru pavan paduthuva?*

Transkripsi: Kita perlu memberi keutamaan kepada Bahasa Tamil kerana ia merupakan bahasa ibunda kita. Kalau kita tak guna, siapa lagi yang akan menggunakan Bahasa Tamil?

Masyarakat India merupakan kaum minoriti yang utama dan Bahasa Tamil digunakan sebagai alat komunikasi dalam kalangan masyarakat India. Kerajaan juga memberi pengiktirafan untuk penggunaan Bahasa Tamil. Oleh itu, mereka menganggap penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda adalah amat penting bagi memperluas penggunaan dan mengekalkan bahasa tersebut. Selain itu, penggunaan bahasa tersebut pada papan tanda memperkukuhkan kedudukan bahasa tersebut di Brickfields *Little India*.

#### Estrak 12

R5 : *Tamilan na iruntha tamileh pesanum... eluthuthanum... oru peer palagai tamil leh iileh naa epadi nggeh?? Antheh kadaiku poolama? Nambeh moliya payanpaduthana than pooven. Athunaleh than inthe kadaileh maathum things vanganuven.*

Transkripsi : Sebagai warga India kita mesti guna Bahasa Tamil pada papan tanda, kalau tak guna kenapa nak pergi ke kedai itu? Sebab itu saya beli barang di kedai ini sahaja disebabkan mereka menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda.

#### Estrak 13

Kenyataan RP14 : *Inggeh pala vanggalil ulleh peyarkalin kadaigal, tamil mozhi yil porikapathulathu ennai migavum iirthathu. Athu mozli pattrai*

*migavum irrthulathu. Athumathum indru athil porikapathuleh kadavulin uruvamum, sinnangal samaya sinthanaiyai thuundu kirandrana.*

Transkripsi: Pelbagai papan tanda yang terdapat di sini menarik perhatian saya. Khususnya yang ada dalam Bahasa Tamil. Ia meningkatkan rasa cinta terhadap bahasa tersebut. Simbol – simbol kebudayaan pula mencungkitkan semangat keagamaan.

R5 menjelaskan bahawa beliau peka pada penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda. Beliau berharap masyarakat India yang tinggal di Malaysia perlu menggunakan Bahasa Tamil secara luas bukan sahaja di sektor pendidikan malah dalam pengiklanan. Beliau berkata bahawa jika seseorang peniaga tidak menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda di kedai mereka, beliau kurang selesa mengunjungi kedai tersebut. Beliau akan cuba mendapatkan barangan yang diingini di kedai lain yang memiliki Bahasa Tamil pada papan tanda. RP14 juga berpendapat bahawa penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda meningkatkan rasa cinta terhadap bahasa tersebut dan juga mencungkitkan semangat keagamaan dan kebudayaan. Dengan ini, kita boleh memartabatkan penggunaan bahasa ibunda khasnya kaum minoriti di negara ini yang terdapat penduduk berbilang kaum (Satiaseelan, 2017). Berdasarkan dapatan kajian Pemilihan bahasa dalam landskap linguistik di “Little India” Bandar Klang (Satiaseelan, 2017), penggunaan bahasa pada papan tanda adalah untuk menarik perhatian para pelanggan dan bermotivasi perniagaan. Kebanyakan peniaga kedai di *Little India* Klang berpendapat bahawa penggunaan Bahasa Melayu, Tamil, Inggeris dapat menarik pelanggan untuk membeli barangan dan makan di restoran mereka. Ini kerana bukan golongan India sahaja akan datang ke *Little India* tetapi masyarakat pelbagai kaum akan datang. Justeru, pengkaji juga berpendapat bahawa penggunaan pelbagai bahasa pada

papan tanda mampu menarik perhatian pelanggan khususnya dalam Bahasa Tamil. Secara tidak langsung, pemilihan bahasa mampu meningkatkan penjualan. Penggunaan sesuatu bahasa menjadi pasaran ekonomi daripada proses globalisasi (Dele , 2011).

#### 4.5 Identiti

Ciri kedua adalah identiti. Warna dan imej budaya merupakan identiti masyarakat India. Penggunaan warna adalah amat penting bagi mereka untuk melakukan sesuatu upacara. RP7 menerangkan bahawa warna adalah satu elemen yang menarik mereka untuk membeli atau makan di kedai tersebut. Selalunya responden memilih suasana kedai yang ceria dengan warna yang terang. R1 dan R3 mengatakan bahawa warna sesuatu persekitaran boleh menukar perasaan dan suasana tersebut. Warna terang selalunya memberi impak keriangian, keceriaan dan keharmonian. Jika warna yang terdapat pada papan tanda tersebut tidak terang dan warnanya luntur, malah mereka menganggap kedai tersebut tidak diurus dengan baik oleh pemiliknya. Selain itu, pengkaji mendapati fakta yang menarik daripada RP4. Beliau merupakan seorang warga luar negara yang bekerja di sekitar kawasan *Little India* selama empat tahun. Responden tersebut mengatakan bahawa warna pada papan tanda menjadi tarikan beliau untuk selalunya berkunjung ke Brickfields untuk makan.

#### Estrak 14

Kenyataan RP4 : *I usually come here to eat. The color of billboards are mainly attract me. They are so colorful...after a full day of work. when I look at color at Brickfields...it gives me all my energy back.*

Transkripsi : Saya datang sini untuk makan. Warna-warna pada papan tanda sentiasa menarik perhatian saya. Setelah sehari kerja, saya agak kurang aktif. Saya berasa cergas lepas lihat warna-warna ini.

Kenyataan ini menunjukkan bahawa responden berasa ceria dan bertenaga apabila melihat warna yang terdapat di persekitaran Brickfields dan juga pada papan tanda. Responden juga berasa gembira apabila melihat papan tanda yang berwarna- warni dari jauh. Walaupun pelanggan ini tidak tahu maksud tersirat penggunaan warna pada papan tanda, warna tersebut telah melahirkan perasaan tenang pada diri responden. Setiap kaum mempunyai makna yang tersirat pada penggunaan warna dalam kehidupan seharian. Walaupun masyarakat India memberi keutamaan penggunaan warna merah, kuning, jingga, putih dan biru pada papan tanda, tetapi ia memberi impak yang positif kepada para pelanggan (Scollon & Scollon 2013). Segelintir pemilik kedai juga berkata pemilihan warna ini adalah satu yang unik semasa mereka melihat sesuatu papan tanda. Pemilihan warna pada papan tanda memberi keuntungan dan tuah kepada mereka. Scollon & Scollon 2013) mengatakan bahawa warna, simbol dan imej merupakan ciri yang penting untuk memaparkan pada papan tanda. Ketiga- tiga ciri ini akan menarik pelanggan untuk membeli barang atau menikmati perkhimatan. Penggunaan warna, simbol dan imej yang sesuai akan meningkatkan kuantiti pelanggan yang hadir ke sesuatu kedai tersebut. Setiap warna dan simbol yang terdapat pada papan tanda mempunyai maksud dan fungsi yang berbeza. Peniaga harus mengetahui setiap fungsi warna dan simbol supaya dapat menggunakannya dengan tepat lalu menarik pelanggan dengan mudah. (Guowen Shang, 2017). RP10 pula mengatakan bahawa peka dengan penggunaan simbol kebudayaan pada papan tanda. Beliau berkata setiap simbol tersebut mempunyai fungsi yang berbeza dan ia menjelaskan ciri budaya masyarakat India.

## Estrak 15

Kenyataan RP10 : *Naa eppothum samy things vanggeh iggeh than varuven nggeh. Enaku iteh eduteh paakaveh rombeh pudikum. Peyar palagai leh ulleh samy paadam apporm cinna tamilavanggeh prayers things ellam paakeh pudikum. ithu nambaloodeh aadayalam. kandipaa athuleh poothurukeh sinnam ellam puriyum nggeh. Yen podurukanggeh num teriyum.*

Transkripsi: Saya selalu datang ke Brickfields untuk beli barangan sembayang. Saya sangat suka melihat situasi di sini. Dalam pemerhatian saya, sedikit papan tanda memaparkan simbol keagamaan dan tuhan. Tapi, saya memang faham maksud yang tersirat dan tersurat dalam penggunaan simbol- simbol tersebut.

Seterusnya, penggunaan imej budaya pada papan tanda memberi pandangan berbeza dalam kalangan responden. Imej budaya ini digunakan pada papan tanda adalah bergantung kepada pemilik kedai tersebut. Pemilik kedai (R1) berkata bahawa penggunaan imej budaya adalah sebagai hiasan pada papan tanda. Jika sesuatu papan tanda hanya ditulis dengan perkataan sahaja malah ia tidak akan menarik perhatian para pelanggan. Contohnya, pemilik kedai Murugan Stores mengatakan bahawa beliau menyembah kepada Dewa Murugan. Oleh itu, terdapat imej agama yang berkaitan dengan Dewa Murugan pada papan tanda. Simbol *Vel* yang terdapat pada papan tanda merupakan simbol yang diberi kepada salah satu dewa yang disembah oleh masyarakat Hindu. Ia juga dianggap akan memberi aura yang positif di sesuatu tempat. Menurut beliau, secara tidak langsung simbol tersebut akan menggambarkan bahawa barangan sembahyang dijual di kedai tersebut. Tambahan pula, simbol tersebut juga berkaitan dengan nama kedai tersebut. Hal ini demikian kerana, *Vel* merupakan alat yang digunakan oleh Dewa Murugan.

Pemilik kedai pakaian Seenivasan pula mengatakan bahawa imej budaya pada papan tanda ini tidak berkaitan dengan barang yang dijual oleh beliau di kedai tersebut.



Malah, imej budaya ini dipaparkan adalah berkaitan dengan nama kedai tersebut. Imej ‘Cakra’ dan ‘Sunggu’ adalah alat-alat khas yang digambarkan bersama Dewa Seenivasan. Justeru, imej-imej tersebut digunakan pada papan tanda berasaskan nama kedai tersebut. Tetapi, ada kalanya kedua-dua imej tersebut akan direka pada sari. Masyarakat India percaya bahawa Dewa Seenivasan merupakan tuhan yang memberi kekayaan. Pemilik kedai tersebut percaya bahawa memberi nama kedai sempena nama dewa Seenivasan maka perniagaan beliau akan maju dan mendapat keuntungan.

Daripada 17 responden, lima orang setuju bahawa mereka tidak tertarik dengan penggunaan imej budaya pada papan tanda. Responden berpendapat bahawa imej yang terdapat pada papan tanda hanya untuk menghiasi papan tanda semata-mata dan pelbagai imej tidak sesuai digunakan dalam satu papan tanda.

#### **Estrak 16**

*RP7 : The symbol used on billboard is too small. As a foreigner I can understand that the symbol represents Indian culture. But, I have no idea about the meaning. At the same time, it looks like something on billboards to attract people.*

Transkripsi: Simbol yang digunakan pada papan tanda adalah terlalu kecil. Walaupun sebagai seorang warga asing, saya faham ia merupakan sesuatu yang menggambarkan budaya masyarakat India. Tetapi, saya tidak tahu

maksud simbol tersebut. Simbol tersebut diguna sebagai benda menarik perhatian orang ramai.

Berdasarkan pandangan responden RP7, imej pada papan tanda bukan sesuatu yang menyampaikan maklumat yang diingini oleh pelanggan yang datang ke kedai tersebut malah ia hanya dilihat sebagai suatu perhiasaan yang menjadi daya tarikan kepada mereka. Pendapat RP7 sejajar dengan kajian Coluzzi, (2016) dimana beliau menyatakan bahawa simbol dan imej yang terdapat pada papan tanda hanya dilihat sebagai hiasan oleh para pelanggan. Tetapi, RP9 pula mengatakan bahawa imej dan simbol merupakan suatu elemen yang penting untuk menarik pelanggan.

#### **Estrak 17**

Kenyataan RP9 : *Inngeh ulleh kadaileh ellam samy padam, sinnam ellam podurukanggeh. Ithu nambeth culture oodeh adaiyalam, sila sinnam kadaiku vareh iirpa iruku.*

Transkripsi : Simbol-simbol yang terdapat pada papan tanda di sini mencerminkan budaya kita. Ada juga simbol diletakkan untuk menarik perhatian pelanggan.

#### **Estrak 18**

Kenyataan RP17 : *Ippeth parthum naa. Kuttu vilaku, agal vilaku ellam papan tanda leh use pannirukanggeh. Athu mathum illameh vazlai illai kuudeh*

*iruku. Ithu ellam nambeh culture reh symbolic pannuthu. Enaku magilchiya iruku. inthe naathuleh nambeh mozliyum culture rum nalla valuthuthu nu.*

Transkripsi: Kita boleh lihat papan tanda yang gunakan simbol kebudayaan. Contohnya, pelita dan juga daun pisang. Ini mencerminkan ciri budaya masyarakat India. Saya sangat gembira kerana penggunaan bahasa dan pemeliharaan budaya kita masih kekal di negara ini.

Menurut RP9 dan RP17 lagi, simbol dan imej pada papan tanda menjadi identiti sesuatu agama khususnya agama Hindu. Responden juga kagum dengan penggunaan simbol-simbol kebudayaan secara meluas di walaupun kaum India merupakan golongan minoriti. Dengan penggunaan simbol ini dapat mengajar kaum bukan India mengenali simbol keagamaan kaum India dan menghormati simbol tersebut. Walaubagaimanapun, ada pendapat yang berbeza dalam kalangan masyarakat tentang ciri-ciri budaya masyarakat India. Mereka mengakui bahawa Brickfields *Little India* kaya dengan ciri-ciri budaya kaum India yang tinggal di Malaysia. Brickfields bukan sahaja dikategorikan sebagai tempat yang dikunjungi oleh ramai pelancong tempatan dan luar negara untuk membeli-belah pakaian, ia juga tempat untuk mendapatkan keperluan seharian masyarakat India (Satiaseelan, 2017).

Seterusnya, melalui hasil temubual responden, pengkaji dapat menyimpulkan bahawa penggunaan ciri-ciri budaya adalah untuk perniagaan. Sebanyak 40% responden berpendapat bahawa penggunaan bahasa, warna dan imej pada papan tanda bagi menarik pelanggan untuk membeli-belah. Walaupun ketiga-tiga pemilik kedai memberi keutamaan kepada ciri budaya, ia juga merupakan suatu cara untuk menarik pelanggan demi jual beli di kedai mereka. Pemilik kedai hanya memberi keutamaan kepada

pelanggan yang sering datang ke kedai dan bahasa pertuturan pelanggan tersebut. Hal ini demikian kerana, perniagaan biasanya bermotif meningkatkan pendapatan para peniaga. Justeru itu, pemilihan bahasa para peniaga adalah bahasa-bahasa yang mudah menarik para pelanggan. Ketiga-tiga pemilik kedai mengatakan bahawa perniagaan mereka lebih berfokus kepada masyarakat India dan pendapatan mereka juga bergantung kepada pengunjung yang terdiri daripada masyarakat India. Hal ini menyebabkan para peniaga memilih Bahasa Tamil sebagai bahasa dominan dalam salah satu papan tanda premis perniagaan.

Menurut responden kedai makanan Seetharam :

#### **Estrak 19**

Kenyataan Responden 1 : *Tamil nambeh thai mozli, athunaleh Tamil leh eluthuna mozli yeh maathum paathukameh, neraiyeh tamilavanggeh kadaiku vareh mudiyum. Arampathuleh neraipeeru en kadai peer tamil leh illeh nuu kethanggeh. Yesunanggeh but Tamil peer vechoneh neraiyeh peer paratungeeh.*

Transkripsi: Bahasa Tamil merupakan bahasa ibunda kita. Di samping memelihara bahasa tersebut, penggunaannya pada papan tanda dapat menarik para pelanggan khasnya masyarakat India. Dulu, semasa saya baru memulakan perniagaan, ada pelanggan yang menanya dan memarahi kami kerana tiada menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda. Selepas menggunakan Bahasa Tamil pada papan tanda ramai yang memuji.

Beliau hanya berfokus kepada masyarakat yang memberi keuntungan kepada mereka dengan memilih bahasa-bahasa yang mudah berinteraksi dan mudah difahami oleh para pelanggan. Pandangan yang sama telah dikemukakan oleh responden yang datang ke kedai makanan tersebut. Beliau mengatakan bahawa:

#### **Estrak 20**

Kenyataan RP17 : *Nambeh aarasangan rules kandipaa follow pannehnum, athu mathum illameh customers theveyum kavanikanum. Ithu viyabaram seireh idam. Ellarom viyabarateh than focus pannuvanggeh. Varumanathuku nambeh makkal use pannureh mozliku mukiyathuvam kudukanum. Ennodeh kadileh fullah Indians food than. Indians customers than ennodeh target. Naan billboards leh tamil lum English sum use panniruken. In the mozli ellarukum puriyum. Athu mathum illameh , ennodeh kadai menu card thum tamil and English leh than irukum.*

Transkripsi : Kita kena mematuhi perlembangan kerajaan , tetapi pada masa yang sama kena fokus kepada pelanggan juga. Ini tempat perniagaan dan semua peniaga akan memberi keutamaan kepada pendapatan sahaja. Bagi mendapat pendapatan lumayan, kita kena target bahasa yang diguna oleh pelanggan. Sebab itu saya guna Bahasa Tamil dan Inggeris pada papan tanda. Kedua- dua bahasa ini mudah difahami oleh pelanggan yang datang ke kedai ini. Selain itu, kad menu kedai juga ditulis dalam Bahasa Tamil dan Inggeris.

#### **Estrak 21**

Kenyataan RP11 : *Brickfields leh peyar palagai ennodeh kaavanateh irukum vagai leh iruku.. mostly anggeh ulleh peyar palagai ellam tamil leh irukum.*

*Anggeh atthigama tamilans poorathu naaleh. Indians iirukum varaikum kadai peer ellam tamil leh irukum. Athu vanthu its connect to our heart maathiri irukum cinna eluthuleh irunthalam. Anggeh tamil eluthi iruku. Tamil Malaysia leh vaaluthu enbathuku oru adaiyalama ithu.*

Transkripsi: Kebanyakan papan tanda di Brickfields *Little India* menarik perhatian saya. Kerana hampir kesemua papan tanda di tulis dalam Bahasa Tamil. Walaupun ia ditulis dalam saiz yang kecil, tetapi penggunaan bahasa tersebut masih wujud. Saya percaya di negara Malaysia Bahasa Tamil tidak akan pupus selagi ada warga india.

Dengan ini, pengkaji mendapati bahawa para peniaga lebih suka menggunakan bahasa yang digunakan oleh pelanggan yang sering mengunjung ke kedai mereka. Para peniaga juga memaparkan dua atau tiga papan tanda premis perniagaan dan salah satunya memfokuskan bahasa yang sentiasa digunakan oleh majoriti pelanggan.

RP11 mengatakan bahawa walaupun penggunaan Bahasa Tamil pada papan-papan tanda saiz kecil, tetapi kewujudan bahasa tersebut memberi maksud bahawa penggunaan Bahasa Tamil tidak akan pupus di negara ini. Papan tanda premis perniagaan kedai restoran yang menggunakan Bahasa Tamil sebagai bahasa dominan dengan saiz tulisan yang besar. Pendapat ini adalah sejajar dengan Scollon dan Scollon (2003) yang mencadangkan saiz skrip dan kedudukan merupakan kriteria utama untuk menentukan bahasa dominan pada papan-papan tanda. Saiz skrip Bahasa Tamil yang besar mengklasifikasikannya sebagai bahasa dominan. Secara keseluruhan, pengkaji menyimpulkan bahawa kenyataan Thriveni (2002) mengukuhkan dapat kajian ini, iaitu bahasa, simbol dan warna dikategorikan sebagai ciri budaya yang digunakan dalam ruang awam linguistik. Penggunaan ciri budaya penting dalam sesuatu ruang awam linguistik dan ia dapat mencerminkan identiti sesuatu kaum.

## Estrak 22

Kenyataan RP18 : *By using this culture elements we are giving awareness to other races whom stay in this country or foreigner like us that these images and vibrant colors are most common use by Indians. It also makes them to understand and respect their culture and believe. I appreciate the efforts of shop owner for showing cultural elements in billboards.*

Transkripsi : Melalui penggunaan pada papan tanda, kita dapat memberi kesedaran kepada kaum lain yang ada di Malaysia atau di luar negara seperti saya supaya simbol dan warna yang terang digunakan oleh kaum India. Ia membantu mereka untuk hormat budaya dan kepercayaan mereka. Saya hargai usaha pemilik kedai yang menunjukkan ciri budaya pada papan tanda.

## Estrak 23

Kenyataan RP16 : *Brickfields Little India leh use pannirukkeh panbathu kuurukal antaithum . namakaneh aadaiyalam vum , angikarama vum iruku.malaysia muunu mukkiya inam iruku. Namaku in the naathuleh tamil mozhliyah payan paduthu urimai iruku nuu iteh kaaduthu. Adutheh thalaimuraiku in the naathulu namaku irukareh anggikarateh vithuthu pooreh maathiri ithu. Nambeh mozliku in the naathuleh mariyathai iruku nuu ithu kaathuthu.*

Transkripsi: Ciri-ciri budaya yang guna pada papan tanda menunjukkan indentiti kaum India. Ia juga memberi maksud bahawa Bahasa Tamil diberi pengiktifaran dan bebas diguna oleh masyarakat India. Dengan ini generasi akan datang boleh memahami kepentingan ciri-ciri budaya ini dan menghormatinya. Ia juga memberi kesedaran kepada kaum untuk memahami kebudayaan masyarakat India.

Estrak 22 dan 23 merupakan jawapan responden yang unik diperolehi oleh pengkaji. Kedua-dua responden berpendapat bahawa, Malaysia merupakan sebuah negara yang mempunyai berbilang kaum. Dengan penggunaan ciri- ciri budaya pada papan tanda kaum lain yang menetap di negara atau di luar negara dapat mengetahui kebudayaan sesuatu kaum. Selain itu, ia memberi peluang kepada mereka untuk menghormati kebudayaan sesuatu kaum. Seterusnya, ia juga memberi kesedaran kepada kaum lain memahami ciri budaya kaum India yang menduduki di negara ini. Dapatan kajian ini mengukuhkan objektif kajian pengkaji iaitu menjelaskan tentang penggunaan ciri budaya yang terdapat pada papan tanda mampu memberi kesedaran kepada pengguna untuk memahami ciri budaya pada papan tanda. Generasi muda juga dapat memahami ciri budaya kaum tersendiri.

#### **4.6 Kesimpulan**

Dalam bab ini, kedua- dua persoalan kajian telah dijawab berdasarkan penemuan ciri-ciri budaya yang terdapat pada papan tanda Brickfields *Little India* and juga perbincangan tentang ciri-ciri tersebut dengan jelas dan teliti. Sejumlah 100 papan tanda telah diambil gambar dan 17 orang responden telah ditemubual. Hasil kajian menjelaskan bahawa ciri-ciri budaya yang terdapat pada papan tanda *Little India* memcerminkan budaya kaum India yang tinggal di Malaysia.

## **BAB 5 PERBINCANGAN DAN CADANGAN**

### **5.0 Pengenalan**



Dalam bab ini, pengkaji akan menganalisis dapatan kajian yang terkandung dalam bab empat. Pengkaji juga akan membuat kesimpulan keseluruhan, mengutarakan penemuan baharu, membuat perbandingan dan meneliti cadangan yang perlu dikaji dan diaplikasi oleh pengkaji-pengkaji masa depan dalam bidang sosiolinguistik yang berfokus kepada kajian landskap linguistik.

## **5.1 Rumusan Kajian**

Dua objektif kajian bagi melaksanakan penyelidikan ini. Objektif pertama ialah mengenal pasti ciri budaya yang dipaparkan pada papan tanda Brickfields *Little India*. Objektif kedua pula, membincangkan ciri budaya digunakan pada papan tanda di Brickfields *Little India*. Berdasarkan objektif tersebut dua persoalan kajian telah diwujudkan iaitu ‘apakah ciri-ciri budaya yang dipaparkan pada papan tanda di Brickfields *Little India*?’ dan ‘bagaimana ciri-ciri budaya yang dipaparkan pada papan tanda di Brickfields *Little India* mencerminkan budaya kaum India di Malaysia? Sebanyak 100 papan tanda premis perniagaan para peniaga India di sekitar Brickfields *Little India* telah diambil gambar dengan menggunakan kamera digital. Seterusnya, papan-papan tanda tersebut dianalisis berdasarkan parameter yang digunakan dalam kajian Supramani et al., (2013). Dengan itu, pengkaji dapat mengenal pasti ciri – ciri budaya yang terdapat pada papan tanda *Little India*. Seterusnya, seramai dua puluh responden iaitu pemilik-pemilik kedai dan segelintir pelanggan ditemubual untuk mendapatkan pandangan mengenai ciri-ciri tersebut.

## **5.2 Perbincangan Kajian**

Bagi membincangkan Dapatan Persoalan pertama, pengkaji telah mengumpulkan sebanyak 100 papan tanda yang terdiri daripada kedai makanan, pakaian, barangan kemas, pusat kecantikan dan sebagainya. Pengkaji telah memilih tanda-tanda '*bottom up*' selaras dengan pandangan Ben-Rafael (2006), dan Shohamy, Ben-Rafael dan Bami (2010) dalam penentuan premis perniagaan sebagai tanda '*bottom-up*' dalam kajian mereka. Tanda '*bottom up*' merupakan papan tanda yang boleh dilihat secara teliti dan jelas oleh para responden. Selain itu, pengkaji dapat mengenal pasti ciri bahasa, warna dan simbol pada papan tanda Brickfields *Little India* dengan menggunakan analisis parameter ciri budaya.

### **5.2.1. Mengenalpasti ciri- ciri budaya dipaparkan pada papan tanda Brickfields *Little India***

Dapatan kajian menunjukkan bahawa lokasi kajian kaya dengan ciri budaya kaum India. Hal ini demikian kerana, bahasa, warna, dan simbol dikenalpasti sebagai ciri yang memaparkan ciri budaya kaum India di Brickfields *Little India*. Ciri-ciri tersebut ialah penggunaan Bahasa Tamil, simbol atau imej berkaitan budaya kaum India seperti vanakkam, imej berkaitan agama Hindu seperti *Vel*, *Kumbam* serta penggunaan warna merah, kuning, jingga yang berkait rapat dengan unsur kepercayaan kaum India. Sebanyak 34 (34.5 %) restoran makanan, 26 (22.5 %) kedai serbaneka, 23 (17.5%) kedai pakaian, 6 (9%) kedai solekan dan SPA @ pusat kecantikan perempuan serta sebanyak 10 (15%) jenis kedai-kedai lain seperti kedai pajak, kedai photostat, kedai bunga dan kedai jahitan pakaian tradisional.

Papan tanda yang terpapar di Brickfields *Little India* memberi keutamaan kepada penggunaan bilingual di mana Bahasa Inggeris - Bahasa Tamil atau Bahasa Melayu -

Bahasa Tamil. Sebanyak 45% papan tanda di Brickfields *Little India* menggunakan bilingual. Seterusnya, sebanyak 30% papan tanda di Brickfields *Little India* menggunakan *monolingual* iaitu Bahasa Melayu atau Bahasa Inggeris. Akhirnya, penggunaan *trilingual* dalam papan tanda iaitu campuran Bahasa Melayu, Bahasa Inggeris dan Bahasa Tamil atau Bahasa Cina didapati. Malah, penggunaannya paling kurang iaitu hanya 25%.

Penggunaan Bahasa Tamil pada papan tanda adalah sangat ketara. Bahasa Tamil merupakan bahasa ibunda bagi kaum India. Daripada jumlah papan tanda di *Little India* sebanyak 60% papan tanda menggunakan Bahasa Tamil. Dapatan kajian ini juga sama dengan pendapat Supramani (2013), di mana kebanyakan papan tanda memberi keutamaan kepada Bahasa Tamil untuk menarik pelanggan khususnya kaum India. Selain itu, ia merupakan identiti sesebuah masyarakat terutamanya kaum India.

Seterusnya, penggunaan warna dan imej yang berkaitan dengan budaya India turut menarik perhatian para pelanggan. Sebanyak tujuh warna iaitu warna kuning, merah, putih, biru, hijau dan jingga. Penggunaan warna kuning adalah tertinggi, iaitu sebanyak 33% dan diikuti dengan warna merah iaitu sebanyak 32.2%. Selain daripada kedua-dua warna tersebut, warna putih digunakan sebanyak 14% dan diikuti dengan warna biru sebanyak 11.8%, warna jingga dan warna hijau juga digunakan oleh para pengusaha secara ketara iaitu sebanyak 5% dan 4.8% masing-masing. Sebanyak 67 buah papan tanda menggunakan kombinasi penggunaan warna merah dan kuning. Warna kuning dan merah digunakan secara menyeluruh pada papan tanda kerana kedua-dua warna ini mempunyai kaitan budaya Tamil. Seperti dibincangkan dalam bab 4, warna kuning dan merah dianggap sebagai warna kebahagiaan. Bahan-bahan yang digunakan untuk upacara keagamaan Hindu iaitu '*Manjal*' dan '*Kungkuam*' merupakan

bahan yang memiliki warna kuning dan merah. Bahan-bahan tersebut mendapat tempat khas dalam kesemua upacara bahkan upacara keagamaan atau budaya agama Hindu. Warna kuning dikaitkan dengan keupacaraan sembayang dan merah ini dikaitkan dengan perkahwinan India.

Simbol keagamaan dan juga imej tuhan juga digunakan pada papan tanda di Brickfields *Little India*. Daripada 100 buah papan tanda yang dikaji 26 papan tanda sahaja mengandungi ciri-ciri kebudayaan. 15 papan tanda yang mengandungi simbol keagamaan, 9 buah papan tanda yang mengandungi gambar budaya dan dua papan tanda mempunyai nama tuhan. Simbol agama seperti swastika, *Vel*, periuk tanah, imej *Vanakam*, imej tuhan dan nama dewa Hindu seperti dewa Muruga dan Seenivasan. Didapati simbol agama paling banyak digunakan. Papan tanda yang digunakan untuk analisis oleh pengkaji menunjukkan Brickfields *Little India* merupakan tempat utama kaum India untuk menjalankan perniagaan mereka. Ia juga menjadi tempat untuk kaum India membeli-belah untuk mendapatkan barangan keperluan harian dan juga barang keperluan untuk sesuatu perayaan. Ini menyebabkan daya tarikan para pelancong untuk mengetahui lebih banyak tentang kebudayaan kaum India.

### **5.2.2 Membincang ciri budaya yang mencerminkan masyarakat India di Brickfields *Little India***

Daripada hasil menemubual 17 orang responden, didapati bahawa penggunaan bahasa sangat penting bagi menarik pelanggan dan juga memartabatkan bahasa ibunda sesuatu masyarakat. Walaupun Bahasa Tamil tidak digunakan sebagai bahasa dominan, malah penggunaan bahasa tersebut pada papan tanda boleh dilihat secara jelas. Menurut

perlembagaan Malaysia, perkara 152 menyatakan bahawa Bahasa Kebangsaan ialah bahasa Melayu, tetapi dalam perkara 152(1a dan 1b)) menyatakan bahawa

*“tiada sesiapa pun boleh dilarang atau ditahan daripada menggunakan (bagi apa-apa maksud, lain daripada maksud rasmi), atau daripada mengajar atau belajar apaapa bahasa lain”*

*“Tiada apa-apa jua dalam Fasal ini boleh menyentuh hak kerajaan atau hak mana-mana Kerajaan Negeri bagi memelihara dan meneruskan penggunaan dan pengajian bahasa mana-mana kaum lain dalam Persekutuan”*

Malaysia merupakan penghargaan dan pengiktirafan yang diberi kepada bahasa tersebut Raman (2011). Manakala, Bahasa Tamil atau bahasa lain boleh mendapat tempat di papan-papan tanda seperti dikaji.

Bahasa minoriti masih dikekalkan di kawasan-kawasan yang terunggul (Yannuar, 2007), papan-papan tanda bukan komersial (Silva, 2017). Bahasa tempatan dikekalkan pada papan tandan awam (Zulfa, 2023), (Gorter, 2008), (Backhaus, 2007). Bahasa minoriti kurang ditemui di kawasan pedalaman (Coluzzi, 2015) pada papan-papan tanda komersial (Bosch, 2013). Sebaliknya, Menurut Shen (2022), bahasa tempatan komprehensif di kawasan pedalaman di China. Justeru, Bahasa Melayu banyak ditemui pada tanda awam di Malaysia berlandaskan undang-undang yang ditetapkan. Dapatan kajian membuktikan bahawa penggunaan bahasa minoriti iaitu Bahasa Tamil pada papan tanda *bottom up* di kawasan yang terunggul iaitu Brickfields dikekalkan.

Penggunaan warna pula dikatakan adalah suatu ciri yang unik kerana ia akan menceriakan suasana sesuatu tempat. Selain itu, ia juga memberi tuah kepada masyarakat tersebut. Walaupun terdapat beberapa kedai menggunakan warna yang tidak cerah pada papan tanda, mereka masih berkata bahawa ia akan menarik perhatian para

pelanggan. Penggunaan warna hijau, jingga sangat kurang pada papan tanda kerana responden berpendapat warna-warna tersebut hanya digunakan untuk mencantikan papan tanda malah bukan suatu ciri budaya yang penting. Seterusnya, walaupun penggunaan imej dan simbol pada papan tanda adalah bergantung kepada para pemilik kedai, tetapi ia juga dianggap sebagai teknik menarik perhatian para pelanggan yang kurang berpendidikan. Simbol dan imej tuhan yang dipapar pada papan tanda menjadi tarikan pelanggan. Ini menyebabkan mereka mengunjung ke kedai tersebut. Selain menghias papan tanda, simbol dan imej tuhan memberi maklumat tersirat para pelanggan yang mengunjung kedai tersebut.

Kesimpulannya, pengkaji mengakui bahawa Brickfields *Little India* kaya dengan ciri- ciri budaya masyarakat India yang tinggal di Malaysia. Negara yang bertutur Bahasa Tamil seperti India, Singapura, London dan Mourishas, tidak memberi keutamaan kepada ciri – ciri kebudayaan golongan India yang menetap di Malaysia. Raman, (2011). Hal ini kerana, Brickfields menjadi suatu tempat yang dikunjungi oleh ramai pelancong tempatan dan luar negara bagi membeli pakaian dan keperluan seharian masyarakat India.

### **5.3 Cadangan Kajian**

Bidang sociolinguistik khususnya bidang LL merupakan salah satu bidang yang sangat luas untuk dikaji. Pengkaji berharap kajian ini akan menjadi panduan kepada kajian yang seterusnya. Pengkaji hanya berfokus kepada tiga ciri budaya, bahasa, simbol dan warna yang terdapat pada papan tanda. Pengkaji yang akan datang boleh menganalisis simbol keagamaan, simbol kebudayaan, nama makanan tradisional masyarakat India yang terdapat pada papan tanda atau elemen- elemen lain yang

memberi maklumat dan keunikan tersendiri di Brickfields *Little India*. Pengkaji juga boleh mengkaji nama kedai pada papan tanda, papan-papan tanda jenis kedai tertentu di sekitar Kuala Lumpur atau papan tanda bagi kedai yang lama diduduki. Selain itu, pengkaji hanya mengambil tanda-tanda *bottom-up* sahaja untuk kajian ini. Penyelidik akan datang boleh mengambil kedua-dua jenis tanda iaitu *top-down* dan *bottom-up* untuk kajian selanjutnya. Pengkaji juga boleh menjalankan kajian sebegini di *Little India* Penang dan Melaka. Kajian mengenai pendekatan landskap linguistik berkaitan tanda-tanda awam harus dilaksanakan. Hal ini membantu untuk mengetahui penggunaan dan pemilihan bahasa multietnik dengan lebih mendalam di negara majmuk ini.

#### **5.4 Jurang Kajian**

Dapatan kajian penyelidikan ini tertakluk kepada beberapa batasan. Pertamanya, kajian ini merangkumi sebahagian kawasan Brickfields *Little India* sahaja. Bukan semua papan tanda dikumpul dan dikaji dalam kajian ini. Dapatan kajian ini hanya merangkumi satu jalan utama iaitu jalan Tun Sambanthan yang mempunyai banyak papan tanda dan bukan keseluruhan Brickfields, *Little India*. Hanya 100 papan tanda yang dilihat secara dipilih untuk dikaji.

Selain itu, penggunaan ciri – ciri budaya masyarakat di India dikategorikan hanya daripada dapatan kajian yang dapat melalui kajian ini. Ia tidak bertindak seperti data komprehensif semua jalan yang terdapat di Brickfields *Little India*. Selain itu, kajian yang sama perlu dilaksanakan *Little India* yang terdapat di Malaysia seperti Penang, Ipoh dan Melaka supaya data yang diperolehi boleh digeneralisasikan. Pengkaji akan datang juga boleh menentukan sesuatu ciri budaya dan menjalankan kajian di seluruh *Little India*.

Seterusnya, kajian landskap linguistik di luar bandar atau kajian di dalam sesuatu kawasan atau tempat masih kurang. Kajian di dalam kelas, kawasan sekolah, kawasan perumahan atau di Kawasan perindustrian boleh dijalankan. Hal ini dapat mengembangkan kajian mengenai landskap linguistik. Pilihan papan-papan tanda, perkataan atau unsur-unsur yang berkaitan boleh dikaji dengan membezakan tempoh yang didirikan supaya landskap linguistic pada tempoh tertentu dapat didokumentasikan. Kajian-kajian mengenai faktor atau impak landskap linguistik juga boleh dikaji.

## **5.5 Kesimpulan**

Kajian ini bertujuan untuk meneroka ciri-ciri budaya masyarakat India di ruang awam. Pengkaji mendapati bahawa kajian mengenai landskap linguistik masih kurang dijalankan di Malaysia dan lebih-lebih lagi yang berfokus kepada masyarakat etnik Tamil. Oleh itu, kajian ini membuka ruang untuk mengisi jurang tersebut. Namun demikian, segala dapatan, perbincangan dan cadangan adalah berdasarkan kepada analisis yang dilakukan pada papan tanda dan temu bual separa berstruktur dengan pemilik kedai dan pelanggan. Semoga segala kekurangan dan kelemahan dalam kajian yang dilakukan ini dapat diperbaiki dalam kajian akan datang. Kajian yang akan datang diharap memberikan impak yang mendalam bagi pendekatan landskap linguistik serta memberikan kesan positif kepada pembaca.



## RUJUKAN

Jurnal

Akindele, D. O. (2011). Linguistic Landscapes As Public Communication: A Study Of Public Signage in Gaborone Botswana. *International Journal of Linguistics*, 3(1), 39.

Alotaibi, F. M., Al-Dhaqm, A., & Al-Otaibi, Y. D. (2022). A Novel Forensic Readiness Framework Applicable to the Drone Forensics Field. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, Article ID: 8002963.  
<https://doi.org/10.1155/2022/8002963>

Anuarudin, A.A.S., Chan, S.H., & Abdullah, A.N. (2012). Exploring Multilingual Acts in Billoard Advertisements: *The Linguistics And Code Practice In A Linguistic Landscape*

Akmaljonovna, Z. A., & Usmonaliyeva, A. R. (2022). Analysis Of Views On The Formation Of The Linguistics Landscape Of The World. *Anglisticum. Journal Of The Association-Institute For English Language And American Studies*, 11(1)18.

Ariffin, K., & Husin, M. S. (2013). *Patterns of Language Use in Shop Signs in Malaysian Towns*. *Researchers World*, 4(3), 12.

Asmah Haji Omar, 2003. *Language And Language Situation In Southeast Asia: with focus on Malaysia*. Universiti Malaya: Akademi Pengajian Melayu.

Backaus, P. (2007). *Linguistic Landscapes: A comparative study of urban multilingualism in Tokyo*. Clevedon [etc.]: Multilingual Matters.

- Bawani. (2015) *Penggunaan Bahasa Dwibahasa pada Ruang Awam: Universiti Putra Malaysia*, 3(2),57
- Beh , Yn Jiou (2017) *Language policy as reflected in the linguistic landscape in George Town, Penang / Beh Yn Jiou*. Masters thesis, University of Malaya.
- Ben-Rafael, Eliezer, Elana Shohamy, Muhammad H. Amara&Nira Trumper-Hecht. (2006). *Linguistic landscape as symbolic construction of the public space: The case of Israel*. *International Journal of Multilingualism*,3(1).7-30
- Blackwood, Robert; and Tufi, Stefania (2012) In Durk Gorter, Heiko F. Marten, and Luk Van Mensel (eds.), *Minority Languages in the Linguistic Landscape. Policies vs. non-policies: Analysing regional languages and the national standard in the linguistic landscape of French and Italian Mediterranean cities*. Hampshire:
- Brito, A. M., & Lopes, R. E. (2016). The structure of DPs. *The Handbook of Portuguese Linguistics*, 254-274.
- Chan, C. H. Y., Sin, K. K., & T'sou, B. K. Y. (2018). The Econo-Linguistics Approach To The Study Of Investor Sentiment: Theoretical Trends And Research Possibilities In Pan-Chinese Markets. *Chinese Language and Discourse*, 9(1), 26-45.
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2006). *Linguistic Landscape and Minority Languages*. *International Journal of Multilingualism*, 1(1), 6780.
- Coluzzi, P., & Kitade, R. (2015). *The languages of places of worship in the Kuala Lumpur area: A study on the "religious" linguistic landscape in Malaysia*. *Linguistic landscape*, 1(3), 243-267.
- Cresswell, A. (2007). Getting to 'Know'Connectors? Evaluating Data-Driven Learning in a Writing Skills Course. In *Corpora in the foreign language classroom* (pp. 267-287)
- Dailey, R. M., Giles, H., & Jansma, L. L. (2005). *Language attitudes in an Anglo-Hispanic context: The role of the linguistic landscape*. *Language & Communication*, 25(1), 27- 38.

Da Silva, A. R. (2017, July). Linguistic Patterns and Linguistic Styles for Requirements Specification (i) an application case with the rigorous rsl/business-level language. In *Proceedings of the 22nd European Conference on Pattern Languages of Programs* (pp. 1-27).

David, M. K., & Manan, S. A. (2015). Language Ideology and The Linguistic Landscape ;A study in Petaling Jaya, Selangor, Malaysia. *Linguistics & The Human Sciences*, 11(1), 51-66.

David, M. K., & Govindasamy, S. (2005). Negotiating a language policy for Malaysia: Local Demand for affirmative action versus challenges from globalization. In *Reclaiming the local in language policy and practice* (pp. 123-145). Routledge.

Erikha, F. (2018). Konsep Lanskap Linguistik pada Papan Nama Jalan Kerajaan (Râjamârga) [The Linguistic Landscape of Royal Road in Yogyakarta City]. *Paradigma Jurnal Kajian Budaya*, 8(1). doi:10.17510/paradigma.v8i1.231

Funk, D, & Oly Ndubisi, N. (2016) Colour and product choice: a study of gender roles. *Management research news*, 29(1/2), 41-52

Hefa, L. (2005). On Functional Features and Chinese-English Translation of the Expressions on Public Signs [J]. *Terminology Standardization & Information Technology*, 2, 003.

Garber, M., and B. Hanssen (2000) *The turn to ethics*. London: Routledge.

George Town World Heritage Incorporated. (2019). *bsi*. Retrieved from George Town World Heritage Incorporated: <https://gtwhi.com.my/>

Ghani, R. A., & Husin, N. M. Place Names: *Preserving Cultural Heritage, Reflecting National Identity*.

Gordon, R.G. (ed.). (2005). *Ethnologue: Language of the World* (15th ed). Texas: SIL International.

Gorter, D. (2006). Introduction: *The study of the linguistic landscape as a new approach to multilingualism*. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 1-6

Gunam (2005). *Sikap dan Penggunaan Bahasa Malaysia di kalangan Masyarakat Tamil di Malaysia: Satu Kajian Kes*. (Disertasi Sarjana Linguistik) Universiti Malaya: Fakulti Bahasa dan Linguistik.

Gupta, S. and Dikshit, A.K. (2010) *Biopesticides: An Ecofriendly Approach for Pest Control*. *Journal of Biopesticides*, 1, 186-188.

Hoa K. Tang (2020) *Linguistic Landscaping in Singapore: Multilingualism or The Dominance of English and Its Dual Identity In The Local Linguistic Ecology?*, *International Journal of Multilingualism*, 17:2, 152-173, DOI: [10.1080/14790718.2018.1467422](https://doi.org/10.1080/14790718.2018.1467422)

Hynes, N. (2009). *Colour and meaning in corporate logos: An empirical study*. *Journal of Brand Management*, 16(8), 545 - 555. doi:10.1057/bm.2008.5

Jimmy. (2017). *Identity constructions in bilingual advertising: A critical-cognitive approach*. *Applied linguistics*, 38(6), 775-799.

Jayagomar, D. L. (2019). *The Place of Tamil In The Linguistics Landscape of Little India*

Melayu-Inggeris Dewan. (2012). *Malaysia: Dewan Bahasa dan Pustaka*.

Kasanga, L. A. (2012). *Mapping the linguistic landscape of a commercial neighbourhood in Central Phnom Penh*. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 33(6), 553-567.

Labrie, A. (2019, November 26). *Your Guide to Colors in Chinese*.

Landry, R. and Bourhis, R. Y. (1997). *Linguistics landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study*. *Journal of Language and Social Psychology*.16,23-49.

Liza Maulia, Y. D. (2023, March). Pengaruh Lanskap Linguistik Terhadap Kosakata Siswa. *EduCurio Jurnal*, 1(2), 521 - 525.

Mahmudah Mahmudah, N. I. (2023). Pemakaian Bahasa Indonesia Dalam Lanskap Linguistik Di Bandara Internasional Sultan Hasuddin . *Jurnal Sastara Indonesia (Sasindo)*, 12(1).

Maloney, C. (1970). The Beginnings of Civilization in South India. *The Journal of Asian Studies* (Association for Asian Studies), 23(3), 603-616.

Malinowski, David. (2009). Authorship in the linguistic landscape: A performative – multimodel view. In Elana Shohamy & Durk Gorter (eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery*, 107-125. New York, NY & London: Routledge.

Manan, S.A., David, M.K., Dumanig, F.P., & Naqeebullah, K. (2015). *Politics, economics and identity: mapping the linguistic landscape of Kuala Lumpur*, Malaysia. *International Journal of Multilingualism*, 12(1), 31-50

Matte, M. L., & Stumpf, E. M. (2022). A corpus-based study of reporting verbs in academic Portuguese. *Research in Corpus Linguistics*, 10(2), 46-69.

Nambiar, M. K. (2008). The Learning of Endangered Mother Tongue Languages of Minority, Immigrant Communities In Multilingual Contexts: The Case of Malayalam in Malaysia

Masinambow, E.K.M (1985) Perspektif Kebebasan terhadap Kebudayaan dalam Alfien (ed) Persepsi Masyarakat tentang kebudayaan Jakarta : GramediaManado

Narayanan, V. (2000). Diaglossic Hinduism :liberation and lentils. *Journal Of the American. Academia of Religion* , 68(4), 761-779

Nik Safiah Karim.(1992). *Beberapa Persoalan Sociolinguistik Bahasa Melayu*. Kuala Lumpur.Dewan Bahasa Dan Pustaka

Nor Hisham Osman, 1994. *Kajian Pemilihan Bahasa di Kawasan Perumahan Ulu Dedap Seberang Perak*. Kuala Lumpur : Dewan Bahasa dan Pustaka.

Nyoman (2022) Pengaruh Lanskap Linguistik Terhadap Awam *EduCurio Education Curiosity*, 1(2), 521-525.

Omar, A., Ibrahim Elghayesh, B., & Ali Mohamed Kassem, M. (2019). Authorship attribution revisited: The problem of flash fiction a morphological-based linguistic stylometry approach. *Arab World English Journal (AWEJ) Volume, 10*.

Priangkah, T. (2019) *Ciri-ciri Lanskap Linguistik Di Kuil Batu Cave*. (Masteral Dissertation, Universiti of Malaya).

Raman, S. (2011). Tamil, Vaiṣṇava, Vaidika: Kuruṣṇacuvāmi Aiyāṅkāṛ, Irāmānuja Tātācāriyār and Modern Tamil Literary History. *Journal of Indian Philosophy*, 39, 647-676.

Razak, A., & Lathief, R. (1957). *Perlembangan Malaysia , Penggunaan Bahasa Tamil Di Malaysia*

Santhi Letchumanan, N. M. (2018, July 8). Seni Hiasan ‘Kolam’: Analisis Motif dan Makna. *Jurnal Seni dan Pendidikan Seni*, 6, 89 - 94.

Sathiaselan, A. (2017). *Pemilihan bahasa dalam lanskap linguistik di “Little India” Bandar Klang/Sathiaselan Arujanan* (Masteral Dissertation, University of Malaya).

Scollon, R., & Scollon, S.W. (2003). *Discourse in place: Language in the material world*. London: Routledge.

Shen, Z. (2022). Children’s Interpretation of Superlatives in Full and Fragment Answers. Retrieved 9 23, 2023, from [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=DO2jSA8A AAAJ&citation\\_for\\_view=DO2jSA8AAAAJ:blknAaTinKkC](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=DO2jSA8A AAAJ&citation_for_view=DO2jSA8AAAAJ:blknAaTinKkC)

Shohamy, E., Ben-Rafel, & Bami, M. (eds) (2010). *Linguistics Landscape in the City, Bristol: Multilingual Matters*.

Shohamy dan Gorter, 2008 .Mengenal Kajian Lanskap Linguistik Dn Upaya Penataannya Dalam Ruang-Ruang Publik Di Indonesia. *Jurnal Akrab Juara*, 3(3), 170-181.

Shohamy, E. (2006). *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. Routledge

Singh, S. (2006) Impact of colour on marketing, *Management Design*, 44(6), 783-789

Spolsky, B. (2004). Towards a theory of language policy. *Working Papers in Educational Linguistics (WPEL)*, 22(1), 1.

Sheng, R., & Buchanan, J. (2022). Traditional visual language: a geographical semiotic analysis of indigenous linguistic landscape of ancient waterfront towns in China. *SAGE Open*, 12(1), 21582440211068503.

Supramani S. Wang Xiamei, Koh Y.C. and Patricia N.R. (2013). *Will Tamil be endangered in Malaysia? A linguistics landscape perspective*. In Ganesan M. (ed) *Language endangerment in South Asia*. Volume 1. Annamalainagar: Annamalai University, India.

Tang, C. M., & Chaw, L. Y. (2016). Digital Literacy: A Prerequisite for Effective Learning in a Blended Learning Environment? *Electronic Journal of e-Learning*, 14(1), 54 - 65. Retrieved December 21, 2023, from <https://eric.ed.gov/?id=EJ1099109>

Taylor-Leech, Kerry Jane. (2012). International Journal of Multilingualism. *Language Choice as an Index of Identity: Linguistic Landscape in Dili, Timor-Leste*. 9, 15- 34.

Thiagarajan, P. (n.d.). Pandaiya Tamilargal Paarvayil Murugan. Sholinganallur, Chennai, India. Retrieved Mei 2, 2022, from <http://murugan.org/tamil/thiagarajan.htm>

Thriveni, C. (2002). Cultural Elements in Translation The Indian Perspective. *Translation Journal*, 6. Retrieved 7 8, 2023, from <https://translationjournal.net/journal/19culture.htm>

Triveni (2012) Studying Languages in the Linguistic Landscape in Outer space in Malaysia, Kedah, *Doctorate Dissertation*, 7(2), 11, 245

Wang, Jingjing. (2013). *Studies in Literature & Language. Linguistic Landscape of China: A Case Study of Shop Signs in Beijing*. 6(1), 40-47

Woo, W. S., & Nora Riget, P. (2022). Linguistic Landscape In Kuala Lumpur International Airport Malaysia. *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 43(5), 404-423.

Yannuar, N. (2017). The interplay of social variables in Walikan. In *Paper, the International Seminar on Sociolinguistics and Dialectology*.

Xia, N. & Li, L. (2016). *Studying Languages in the Linguistic Landscape of Lijiang Old Town*. *International Journal of English Linguistics*, 6(2), 105.

Xiaomei, W., & Daming, X. (2018). The Mismatches Between Minority Language Practices and National Language Policy in Malaysia: A Linguistic Landscape Approach. *Kajian ceMalaysia: Journal of Malaysian Studies*, 36(1).

Zimny, D. (2017). Language and Place-Making: Public Signage In the Linguistic Landscape of Windhoek's Central Business District (Doctoral dissertation, Stellenbosch: Stellenbosch University).

Akta Bahasa Kebangsaan 1967

Artikel 152 Perlembagaan Malaysia

Perkara 152 Perlembagaan Persekutuan dan Akta Bahasa Kebangsaan, 1963/67.

Perlembagaan Malaysia, perkara 152 (1)



## Bahan internet

Bandar Dan Wilayah Malaysia. (n.d.). (L. Kondratas, Compiler) SCRIBD. Retrieved April 12, 2023, from <https://www.scribd.com/doc/196852201/Bandar-Dan-Wilayah-Malaysia#>

Cep Ubad Abdullah, S. R. (2023). Lanskap Linguistik Daya Tarik Wisata: Aspek Multilingualisme di Kawasan Pariwisata Nasional Lembang dan Tangkubanparahu. *I4*(1). doi: <https://doi.org/10.31294/khi.v14i1.14350>

Laksmi Jayagomar (2019-04-15). The Place Of Tamil In The Linguistics Landscape Of Little India. ScholarBank@NUS Repository.

Guowen Shang & Libo Guo (2017) Linguistic Landscape In Singapore: What Shop Names Reveal About Singapore's Multilingualism, *International Journal of Multilingualism*, 14:2, 183-201, DOI: [10.1080/14790718.2016.1218497](https://doi.org/10.1080/14790718.2016.1218497)

Husin, Misyana & Ariffin, Kamisah & Mello, Geraldine & Omar, Nur & Anuarudin, Aini Andria Shirin. (2019). Mapping the Linguistic Landscape of Kuala Lumpur. *International Journal of Modern Languages And Applied Linguistics*. 3. 1. 10.24191/ijmal.v3i2.7362.

Jabatan Perangkaan Malaysia. (2010). Banci penduduk dan perumahan Malaysia: *Penduduk warganegara Malaysia mengikut kumpulan etnik, jantina dan kumpulan umur*. disuntik pada 16 Januari 2014 dari [https://www.dosm.gov.my/v1/uploads/files/TIME\\_Series\\_Malaysia\\_Time\\_Series\\_2016\\_Penduduk.pdf](https://www.dosm.gov.my/v1/uploads/files/TIME_Series_Malaysia_Time_Series_2016_Penduduk.pdf)

Lee, B. (n.d.). Definisi Warna. Retrieved April 12, 2023, from <https://www.scribd.com/doc/238102203/DEFINISI-WARNA>

Lee, Jaeseob & Ahn, Miae & Kang, Minji & Park, Sion & Hwang, Jiyeon. (2023). Research on the State of the Language Landscape from the Perspective of Korean Language and Culture Policy. *The Korean Society of Culture and Convergence*. 45. 483-502. [10.33645/cnc.2023.06.45.06.483](https://doi.org/10.33645/cnc.2023.06.45.06.483).

Mabala, Seleman. (2017). The Impact of Colour Choice and Use in Billboard Advertising in Dar es Salaam City. [10.13140/RG.2.2.23204.99205](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23204.99205).

Thiagarar. Pandaiya Tamilargal Paarvaiyil Murugan  
[murugan.org/tamil/thiagarajan.htm](http://murugan.org/tamil/thiagarajan.htm)

Nishijima, Yoshinori. (2022). A Stylistic Analysis of Stickers on Cars as Linguistic Landscapes. 10.24517/00065781

Saad, Sadek. (2023). A City in Shame: The Cairene Linguistic Landscape and Cultural Distinction. *Current Urban Studies*. 11. 10.4236/cus.2023.112012.

Syamsurijal & Iswary, Ery. (2023). Language Use In Public Space (Linguistic Landscape Study In Shopping Centres In Makassar City) *International Journal of Social Science*. 3. 113-122. 10.53625/ijss.v3i2.6295.

Utusan Malaysia (2009) <https://www.utusan.com.my/tag/warga-asing-brickfields>

Wiliam, D. (2011). What Is Assessment for Learning? *Studies in Educational Evaluation*, 37, 3-14. <https://doi.org/10.1016/j.stueduc.2011.03.001>

William O'Grady, J. A. (2011). *Contemporary Linguistics: An Introduction*. Longman.

Xiaomei Wang, Chong Wah Koh, Wan Yein Choo & Siw Yau Leong (2023) The revival of Baba culture through linguistic landscape in Malacca, Malaysia, *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, DOI: [10.1080/01434632.2023.2230179](https://doi.org/10.1080/01434632.2023.2230179)

Zulfa Sakhiyya & Nelly Martin-Anatias (2023) Reviving the language at risk: a social semiotic analysis of the linguistic landscape of three cities in Indonesia, *International Journal of Multilingualism*, 20:2, 290-307, DOI: [10.1080/14790718.2020.1850737](https://doi.org/10.1080/14790718.2020.1850737)