

“*shopping*” dan “*rap*” juga dicampurkan langsung ke dalam ayat berita hiburan, tetapi versi bahasa Cina yang sedia ada tidak digunakan.

Begitu juga kata bahasa Inggeris yang telah diakronimkan dan bersifat singkat, padat dan lebih diketahui oleh orang ramai seperti “*DVD*” juga dicampurkan langsung ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina walaupun kata-kata ini mempunyai versi bahasa Cina.

## **BAB 5**

### **MAKLUM BALAS RESPONDEN**

#### **5.1 Pengenalan**

Pengkaji telah menggunakan dua kaedah untuk memperoleh respon daripada responden-responden penyelidikan ini. Kaedah pertama ialah menemubual lapan orang editor dan penulis berita hiburan bahasa Cina di Malaysia untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan fenomena percampuran kod wujud dalam ayat-ayat berita hiburan

akhbar bahasa Cina di Malaysia. Kaedah yang kedua pula ialah soal selidik, di mana soal selidik ini ditujukan kepada 60 orang pelajar Sekolah Menengah Kebangsaan Krian, Parit Buntar di Perak untuk mengetahui pandangan responden-responden tersebut terhadap fenomena percampuran kod dalam ayat-ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina di Malaysia. Dalam bab ini, pengkaji menganalisis maklum balas responden-responden tersebut lalu membincangkannya dengan menggunakan kaedah kualitatif.

## **5.2 Maklum Balas Responden Temubual (Penulis dan Editor) Tentang Fenomena Percampuran Kod**

Pengkaji membincangkan pandangan dan maklum balas responden-responden temubual (editor dan penulis berita hiburan akhbar-akhbar bahasa Cina Malaysia) tentang faktor-faktor yang mengakibatkan fenomena percampuran kod wujud dalam ayat berita hiburan bahasa Cina di Malaysia yang terpungut.

### **5.2.1 Masyarakat Malaysia yang Berbilang Kaum dan Bermultibahasa**

Menurut responden-responden yang telah ditemubual, oleh sebab penulis-penulis berita hiburan bahasa Cina di Malaysia tinggal di sebuah negara yang bermultibahasa dan bermultilingual, maka pengguna-pengguna bahasa (termasuk penulis-penulis dan editor berita hiburan bahasa Cina yang ditemubual berkenaan) adalah dipengaruhi oleh persekitaran yang mempunyai pelbagai jenis bahasa. Ini turut mengakibatkan mereka mencampurkan sepatah dua kata bahasa Inggeris yang diketahui umum ke dalam ayat-ayat berita hiburan yang ditulis. Tambahan pula, menurut responden-responden tersebut, oleh sebab mereka berupaya menggunakan lebih daripada satu bahasa termasuk bahasa Inggeris,

maka kelebihan dan keupayaan ini turut membolehkan mereka menyisipkan item-item leksis ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina.

Malaysia merupakan sebuah negara yang terdiri daripada rakyatnya yang berbilang kaum, bermultibudaya dan bermultibahasa. Justeru, kebanyakan penduduk di sini fasih menggunakan bahasa yang berbagai-bagai. Fenomena percampuran kod dalam sesuatu bahasa sama ada secara lisan atau penulisan tidak dapat dinafikan. Umpamanya, masyarakat Melayu fasih menggunakan bahasa Melayu dan bahasa Inggeris. Terdapat sebilangan kecil masyarakat Melayu yang fasih menggunakan bahasa Cina kerana mereka telah mengikuti pendidikan di sekolah Cina. Begitu juga golongan Cina juga fasih menggunakan lebih daripada satu bahasa iaitu, bahasa Melayu, bahasa Inggeris dan juga bahasa Cina. Masyarakat India juga berkebolehan menggunakan tiga bahasa iaitu bahasa Melayu, bahasa Inggeris dan juga bahasa Tamil.

Menurut Soepomo (2005), faktor peserta interaksi memainkan peranan yang penting yang menyebabkan wujudnya fenomena percampuran kod. Mengikut beliau apabila berlakunya pertembungan antara dua masyarakat yang mengamalkan budaya yang berlainan dan memperolehi bahasa pertama yang berlainan maka fenomena percampuran kod akan berlaku. Seorang penutur Cina yang berinteraksi dengan penutur India akan menggunakan percampuran kod agar mudah difahami di samping melicinkan perbualan tersebut. Menurut Soepomo lagi, ciri percampuran kod yang utama adalah penutur itu merupakan penutur dwibahasa atau multibahasa. Ini bermaksud penutur tersebut mempunyai pengetahuan variasi bahasa lebih daripada satu. Hal ini membolehkan penutur

tersebut menyelit lebih banyak perkataan dan frasa daripada bahasa asing atau dialek-dialek mereka yang lain ke dalam bahasa yang digunakan atau dituturi.

Masyarakat Cina yang bermultilingual lebih kerap melakukan percampuran kod dalam kehidupan mereka. Tingkah laku yang sebegini telah menarik minat para penulis akhbar atau pemberita supaya mencampurkan item leksis bahasa Inggeris dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina demi untuk memenuhi permintaan mereka.

### **5.2.2 Bersesuaian dengan Cita Rasa Pengguna Bahasa**

Peningkatan bahasa dalam bidang teknologi, ekonomi dan kebudayaan dengan pesatnya telah mempengaruhi pemikiran dan tingkahlaku masyarakat terutamanya mereka yang bermultilingual dan bermultibudaya. Minat mereka yang ketara dalam mengejar kemodenan telah mewujudkan benda-benda baru. Pembaharuan tersebut dapat dicerminkan melalui bahasa yang digunakan dengan melahirkan banyak istilah serta item leksis yang baru. Demi memenuhi kehendak masyarakat, item-item leksis baru yang bertrend serta bergaya telah digunakan dengan berleluasa untuk berkomunikasi atau melahirkan pendapat mereka.

Menurut responden-responden yang ditemubual, item-item leksis bahasa Inggeris yang disisipkan seperti “*cool*”, “*high*”, “*sweet*” dan “*fit*” bukan sahaja singkat, padat dan ringkas, malah ia juga berunsur keremajaan dan kemodenan serta sesuai dengan cita rasa kebanyakan pembaca khususnya pemuda-pemudi masa kini. Tambahan pula, pengkaji mendapati bahawa kata nama bahasa Inggeris yang berbunyi “*fans*” banyak dicampurkan ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina setempat. Menurut tiga responden yang

ditemubual, item lexis bahasa Inggeris iaitu “*fans*” ini adalah sesuai dengan cita rasa kebanyakan pemuda-pemudi masa kini yang mengagung-agungkan artis-artis (termasuk pelakon dan penyanyi) popular, maka secara langsungnya ini turut mengakibatkan “*fans*” disisipkan ke dalam ayat berita hiburan untuk merujuk kepada peminat-peminat bagi artis seperti pelakon atau penyanyi.

Pengkaji mendapati bahawa kata-kata nama am bahasa Inggeris sering dicampurkan ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina. Kata-kata nama am seperti “*fans*”, “*party*” dan “*friends*” telah dikekalkan dan diselit ke dalam ayat berita hiburan bahasa Cina. Pengkaji juga mendapati bahawa penulis akhbar juga kerap mencampurkan kata adjektif bahasa Inggeris ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina. Menurut responden temubual, kata-kata bahasa Inggeris seperti “*cool*”, “*high*”, “*sweet*” dan “*fit*” telah disisipkan ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina untuk menarik minat pembaca akhbar. Percampuran kod sebegini dalam ayat hiburan akhbar bahasa Cina telah mencerminkan masyarakat Cina yang cenderung mengejar kemodenan.

### **5.2.3 Prestij Bahasa Inggeris yang Tinggi**

Menurut responden yang ditemubual, prestij bahasa Inggeris yang tinggi turut menyebabkan pengguna-pengguna bahasa (termasuk artis-artis) di Hong Kong cenderung mencampurkan sepatah dua kata bahasa Inggeris ke dalam ayat pertuturan yang berdialek Kantonis mereka. Seterusnya, ayat pertuturan mereka yang telah disisipkan dengan kata-kata bahasa Inggeris telah dipetik lalu dijadikan sebagai ayat bertulis dalam berita hiburan akhbar bahasa Cina. Secara tidak langsung, ini turut mengakibatkan kewujudan fenomena

percampuran kod dalam bahasa berita hiburan bahasa Cina di Hong Kong mahupun Malaysia.

Bahasa Inggeris merupakan bahasa rasmi di kebanyakan negara. Prestij serta status sosial bahasa Inggeris yang tinggi telah menyebabkan ramai pengguna sering melakukan percampuran kod sama ada dalam pertuturan mahupun penulisan. Kepentingan bahasa Inggeris telah menjadi penggerak kepada orang ramai yang suka menunjuk-nunjuk dengan mencampurkan sepatah dua kata bahasa Inggeris ke dalam perbualan mereka semasa berinteraksi dengan pengguna-pengguna bahasa lain untuk meninggikan status sosial mereka serta menonjolkan diri mereka orang yang berpelajaran.

#### **5.2.4 Kata Terjemahan Bahasa Cina yang Mengelirukan**

Menurut responden-responden yang ditemubual, adalah didapati bahawa kata akronim bahasa Inggeris “CD” mempunyai kata terjemahan bahasa Cina yang mengelirukan iaitu “光盘 *guāngpán*” atau “激光唱片 *jīguāng chàngpiàn*”. Kedua-dua kata nama bahasa Cina yang merujuk kepada cakera padat ini mengelirukan pihak pembaca khususnya mereka yang tidak mempunyai tahap penguasaan bahasa Cina yang tinggi. Demi mengurangkan masalah pembaca dan mengelakkan kekeliruan, maka kata nama bahasa Inggeris tersebut dikekalkan lalu dicampurkan sebulat-bulatnya ke dalam ayat-ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina. Tambahan pula, menurut responden temubual, “VCD” juga didapati mempunyai dua kata terjemahan bahasa Cina iaitu “视频压缩盘片 *shìpín yāsuō pánpiàn*” dan “激光视盘 *jīguāng shìpán*”. Demi tidak mengelirukan pihak pembaca berita hiburan bahasa Cina, “VCD” telah dikekalkan lalu

disisipkan ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina untuk merujuk kepada video cakera padat. Sebab dari segi linguistik ini turut menyebabkan kewujudan fenomena percampuran kod.

Menurut responden juga bahawa didapati banyak kata nama khas bahasa Inggeris telah dicampurkan ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina setempat. Kata-kata nama khas bahasa Inggeris tersebut digunakan untuk merujuk kepada nama artis, pasukan muzik, tempat, kenderaan, syarikat, pakaian dan sebagainya. Kata nama khas “*Rain*” telah dicampurkan sebanyak 33 kali ke dalam ayat berita hiburan yang dipilih. Menurut responden ditemubual, kata nama khas bahasa Inggeris “*Rain*” mempunyai dua kata terjemahannya dalam bahasa Cina iaitu “郑智薰 *Zhèng Zhìxūn*” dan “郑志勋 *Zhèng Zhìxūn*” yang mungkin mengelirukan pihak pembaca. Untuk mengelakkan kekeliruan, maka kata nama khas bahasa Inggeris “*Rain*” dikekalkan dan digunakan untuk menggelar artis Korea yang terkenal itu.

### **5.2.5 Kata Akronim Menjimatkan Masa dan Tenaga**

Menurut responden-responden yang ditemubual, percampuran kata akronim bahasa Inggeris yang singkat dan padat seperti “*CD*”, “*VCD*”, “*sms*” dan “*DVD*” telah menjadikan seluruh ayat berita hiburan bahasa Cina kelihatan lebih ringkas, padat dan mudah difahami. Ayat yang disisipkan dengan item leksis bahasa Inggeris, misalnya “何润东甚至不会 *SMS*, 很难培养感情。” adalah lebih singkat dan padat sekiranya

berbanding dengan ayat hiburan yang menggunakan 100% item leksis bahasa Cina yang berbunyi “何润东甚至不会发送手机短信，很难培养感情。”

Selain itu, menurut responden-responden temubual, pengguna-pengguna bahasa masa kini ingin memperoleh maklumat daripada bahasa pertuturan atau bahasa penulisan dengan secepat mungkin dan lebih ekonomi, maka ini menyebabkan pengguna-pengguna bahasa masa kini cenderung menggunakan kata akronim dan singkatan yang tidak menepati nahu dalam bahasa pertuturan atau penulisan. Faktor ekonomi ini turut menyebabkan kata-kata akronim dan singkatan-singkatan bahasa Inggeris yang padat dan ringkas telah dicampurkan ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina di Malaysia. Menurut mereka, percampuran kata akronim bahasa Inggeris sebegini juga menjimatkan masa membaca bagi pembaca-pembaca berita hiburan bahasa Cina setempat.

Responden mendapati bahawa kata nama bahasa Inggeris seperti “*CD*” (kata singkatan bagi *Compact Disc*), “*VCD*” (kata singkatan bagi *Video Compact Disc*) dan “*DVD*” (kata singkatan bagi *Digital Video Disc* atau *Digital Versatile Disc*) telah diselitkan ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina dengan banyaknya. Kata-kata singkatan bahasa Inggeris tersebut mempunyai kata terjemahan dalam item leksis bahasa Cina. Menurut responden lagi, kata singkatan bahasa Inggeris “*CD*” membawa maksud “cakera padat” adalah lebih singkat dan padat kalau dibandingkan dengan kata terjemahan bahasa Cina yang berbunyi “激光唱片 *jīguāng chàngpiàn*”. Kata singkatan bahasa Inggeris “*DVD*” juga mempunyai kata terjemahan dalam bahasa Cina iaitu “数字式激光视盘



*shùzìshì jīguāng shìpán*” atau “通用数字光盘 *tōngyòng shùzì guāngpán*”. Kedua-dua kata terjemahan tersebut adalah lebih panjang, kompleks dan mengelirukan.

Menurut responden lagi, penulis-penulis akhbar cenderung menggunakan kata adjektif bahasa Inggeris seperti “*cool*”, “*high*”, “*in*” dan “*fit*” yang lebit singkat dan padat untuk menggantikan kata terjemahannya dalam bahasa Cina. Menurut responden, kata-kata adjektif bahasa Inggeris tersebut adalah bersuku kata tunggal, maka ini menyebabkan kata-kata tersebut disisipkan ke dalam ayat berita hiburan bahasa Cina supaya menjadi ayat tersebut kelihatan lebih ringkas.

#### **5.2.6 Laras Bahasa Hiburan Bukan Laras Bahasa Formal**

Menurut responden-responden yang ditemubual, laras bahasa hiburan tidak seformal laras bahasa akademik (ilmiah), laras bahasa keagamaan, laras bahasa pendidikan, laras bahasa pentadbiran dan laras bahasa persuratan, maka ciri ini mengizinkan wujudnya bahasa yang kurang standard serta kurang menepati nahu bahasa berita hiburan. Sifat bahasa berita hiburan yang tidak formal telah mendorong kepada kewujudan fenomena percampuran kod ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina. Laras bahasa berita hiburan yang tidak formal dan rasmi juga memberi peluang kepada penulis akhbar supaya lebih bebas mencampurkan item leksis bahasa Inggeris ke dalam ayat berita hiburan bahasa Cina.

Tambahan pula, menurut penulis-penulis berita hiburan yang ditemubual, sekiranya bahasa yang digunakan dalam bahasa berita hiburan yang terlalu formal dan serius, maka ini mungkin membosankan pembaca berita hiburan dan juga tidak dapat menarik minat mereka untuk terus membaca berita hiburan berkenaan. Percampuran

sepatah dua kata bahasa Inggeris ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina setempat bukan sahaja menunjukkan perbezaan antara laras bahasa berita hiburan dengan laras-laras bahasa lain, malah ini juga dapat menarik minat golongan pembaca khususnya kaum pemuda-pemudi.

### **5.2.7 Kata Bahasa Inggeris yang Sukar Diterjemahkan**

Menurut responden yang ditemubual, kata nama khas bagi tempat seperti *Basement*, *Pure* dan *Landmark* juga dikekalkan dan dicampurkan sebulat-bulatnya ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina. Oleh sebab kata-kata nama khas bahasa Inggeris tersebut sukar diterjemahkan ke dalam bahasa Cina, maka ini turut membenarkan kata nama khas bahasa Inggeris dikekalkan lalu dicampurkan ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina.

Pengkaji juga mendapati bahawa kebanyakan kata nama khas bahasa Inggeris bagi artis seperti *Jonathan*, *Jeft*, *Ronald*, *Janice* dan *Britanny* tidak diterjemahkan secara bunyi ke dalam item leksis bahasa Cina. Begitu juga dengan nama kumpulan muzik seperti “*North*”, “*Twins*” dan “*Westlife*” juga dikekalkan lalu dicampurkan ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina di Malaysia. Item-item leksis ini adalah sangat sukar diterjemahkan secara fonologi dalam bahasa Cina.

### **5.2.8 Item-item Leksis Bahasa Inggeris yang Lebih Diketahui**

Menurut responden-responden yang telah pengkaji temubual, kata akronim bahasa Inggeris seperti “*CD*”, “*MV*”, “*VCD*” dan “*DVD*” mempunyai kata terjemahan

bahasa Cina yang panjang, kompleks, kurang difahami dan kurang diketahui oleh orang ramai, termasuk pengguna-pengguna bahasa Cina di Malaysia. Menurut empat responden temubual, oleh sebab kata-kata akronim bahasa Inggeris tersebut kerap didengar, digunakan dan difahami oleh kebanyakan pengguna bahasa Cina setempat sekiranya berbanding dengan “激光唱片 *jīguāng shìpán*”, “音乐录影带 *yīnyuè lùyǐndài*”, “激光视盘 *jīguāng shìpán*” dan “数字式激光视盘 *shùzìshì jīguāng shìpán*”, maka ini menyebabkan kata akronim bahasa Inggeris disisipkan sehingga melahirkan fenomena percampuran bahasa.

Menurut responden temubual, penulis akhbar cenderung mencampurkan kata-kata adjektif bahasa Inggeris seperti “*cool*”, “*high*”, “*sweet*”, “*hot*”, “*fit*”, “*hit*” dan “*in*” ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina di Malaysia. Kata-kata bahasa Inggeris tersebut kerap didengar, digunakan dan dibaca oleh pengguna-pengguna bahasa di Malaysia. Secara langsungnya, pengguna-pengguna bahasa Cina di Malaysia juga mengetahui makna atau erti item-item lexis bahasa Inggeris tersebut, maka percampuran kata-kata bahasa Inggeris tersebut dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina tidak akan menimbulkan kesulitan dari segi pemahaman bagi pembaca-pembaca akhbar bahasa Cina di Malaysia.

Responden juga mendapati bahawa kata nama bahasa Inggeris “*fans*” dicampurkan dengan banyaknya ke dalam ayat-ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina di Malaysia. Menurut responden, kadang-kala “*fans*” juga diterjemahkan secara bunyi ke dalam bahasa Cina sehingga menjadi “粉丝 *fěnsī*”, namun kebanyakan masa “*fans*” dikekalkan lalu dicampurkan secara interbahasa ke dalam ayat hiburan bahasa Cina. Oleh sebab

kebanyakan pembaca akhbar bahasa Cina di Malaysia tahu dan faham akan makna “*fans*”, ini turut menyebabkan “*fans*” dicampurkan ke dalam berita hiburan bahasa Cina setempat untuk merujuk kepada peminat bagi pelakon atau penyanyi.

### **5.2.9 Dipengaruhi oleh Penggunaan Bahasa di Hong Kong**

Menurut responden-responden yang telah ditemubual, pengguna-pengguna bahasa di Hong Kong khususnya penutur-penutur dialek Kantonis cenderung mencampurkan “*fans*”, “*CD*”, “*VCD*”, “*DVD*”, “*shopping*”, “*feel*”, “*sweet*”, “*BB*”, “*blog*”, “*keep*” dan sebagainya ke dalam pertuturan mereka yang berdialek Kantonis. Selain itu, penduduk Taiwan juga kerap mencampurkan kata-kata bahasa Inggeris ke dalam pertuturan mereka yang berbahasa Cina. Ini turut menyebabkan artis-artis Hong Kong dan Taiwan yang ditemubual juga mencampurkan kata-kata bahasa Inggeris dalam pertuturan mereka.

Ayat-ayat pertuturan artis Hong Kong dan Taiwan yang disisipkan oleh kata-kata bahasa Inggeris turut dipetik lalu dimasukkan ke dalam berita hiburan Hong Kong dan Taiwan. Selepas itu, berita hiburan Hong Kong dan Taiwan telah dipetik lalu dijadikan sebagai berita hiburan dalam akhbar-akhbar bahasa Cina Malaysia. Namun, ayat-ayat pertuturan artis Hong Kong dan Taiwan yang mencampurkan kata-kata bahasa Inggeris dikekalkan lalu digunakan sebulat-bulatnya dalam berita hiburan akhbar bahasa Cina setempat. Tambahan pula, demi mengekalkan keaslian dan ketulenan ayat yang dituturkan oleh artis-artis Hong Kong dan Taiwan, kata-kata bahasa Inggeris yang dicampurkan oleh artis-artis ke dalam pertuturan mereka telah dikekalkan dalam berita hiburan bahasa Cina di Malaysia. Ini turut menyebabkan ayat-ayat berita hiburan dalam suratkhbar bahasa Cina di

Malaysia wujudnya fenomena percampuran kod. Ini juga membayangkan akhbar-akhbar bahasa Cina setempat telah menerima fenomena ini.

### **5.3 Maklum Balas Responden Soal Selidik (Pelajar) Terhadap Fenomena Percampuran Kod**

Responden soal selidik ini terdiri daripada 30 orang pelajar Tingkatan 4 dan 30 orang pelajar Tingkatan 5 dari Sekolah Menengah Kebangsaan Kerian, Parit Buntar di Perak. Umur mereka adalah antara 16 hingga 18 tahun. Mereka terdiri daripada 30 orang lelaki dan 30 orang perempuan. Antara akhbar-akhbar yang dibaca oleh mereka termasuklah *Guang Ming Daily*, *Kwuang Hua Daily*, *Sin Chew Daily*, *Oriental Daily*, *Mun Sang Poh* dan *China Press*. Secara langsungnya, mereka juga telah membaca berita-berita hiburan dalam akhbar-akhbar bahasa Cina setempat.

Daripada dapatan soal selidik, pengkaji mendapati bahawa 30 orang (50%) responden sentiasa membaca berita hiburan dalam akhbar bahasa Cina di Malaysia, manakala 24 orang (40%) hanya kadang-kala membaca berita hiburan bahasa Cina, yang lain, iaitu 6 orang (10%) jarang membaca berita hiburan bahasa Cina.

**Jadual 5.1 Pandangan Responden Sama Ada Ayat-ayat Berita Hiburan Bahasa Cina yang Telah Disisipkan Dengan Kata-kata Bahasa Inggeris Adalah Lebih Menarik atau Tidak.**

<b>Pandangan sama ada ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina yang telah disisipkan dengan kata-kata bahasa Inggeris adalah lebih menarik atau tidak</b>	<b>Bilangan Responden (orang)</b>	<b>Peratus (%)</b>
Ya	38	63.33
Tidak	22	36.67
<b>Jumlah Keseluruhan:</b>	60	100.00

Menurut maklum balas responden, 38 orang (63.33%) responden menganggap bahawa ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina yang telah disisipkan dengan kata-kata bahasa Inggeris adalah lebih menarik. Sebaliknya, 22 orang (36.67%) responden menganggap ayat-ayat berita hiburan yang memiliki fenomena ini tidak menarik. Ini menunjukkan bahawa fenomena percampuran kod dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina setempat memang berfungsi untuk menarik perhatian golongan pembaca (yakni pengguna). Tambahan pula, ini menyebabkan 35 orang (58.33%) responden gemar untuk membaca ayat-ayat hiburan akhbar bahasa Cina yang telah dicampurkan kata-kata bahasa Inggeris khususnya ayat-ayat hiburan berbahasa Cina yang disisipkan kata-kata bahasa Inggeris yang berbau kemodenan, keremajaan dan bertrend.

**Jadual 5.2 Kesudian Menerima Fenomena Percampuran Kata-kata Bahasa Inggeris Ke Dalam Ayat-ayat Berita Hiburan Bahasa Cina di Malaysia.**

<b>Kesudian menerima fenomena percampuran kata-kata bahasa Inggeris ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina di Malaysia</b>	<b>Bilangan Responden (orang)</b>	<b>Peratus (%)</b>
Sudi	21	35.00
Masih Sudi	31	51.67
Tidak Sudi	8	13.33
<b>Jumlah Keseluruhan:</b>	60	100.00

Seterusnya, 21 orang (35%) responden menyatakan bahawa mereka sudi menerima fenomena percampuran kata-kata bahasa Inggeris ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa

Cina di Malaysia, manakala 31 orang (51.67%) responden mengatakan bahawa mereka masih sudi menerima fenomena linguistik sebegini. Hanya segelintir kecil responden tidak sudi menerima fenomena percampuran kod tersebut. Ini menunjukkan bahawa generasi muda di Malaysia pada masa kini boleh dan sanggup menerima fenomena yang mengizinkan kata-kata bahasa Inggeris disisipkan ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina di Malaysia.

**Jadual 5.3 Pandangan Responden Sama Ada Percampuran Kod Dalam Berita Hiburan Bahasa Cina di Malaysia Merupakan Pencemaran Bahasa atau Tidak.**

<b>Pandangan sama ada percampuran kod dalam berita hiburan bahasa Cina di Malaysia merupakan pencemaran bahasa atau tidak</b>	<b>Bilangan Responden (orang)</b>	<b>Peratus (%)</b>
Ya	32	53.33
Tidak	28	46.67
<b>Jumlah Keseluruhan:</b>	60	100.00

Namun, 32 orang (53.33%) responden menganggap bahawa percampuran kod sebegini merupakan salah sejenis pencemaran bahasa kerana penyisipan item-item leksis bahasa lain (yakni bahasa Inggeris) ke dalam ayat hiburan bahasa Cina akan mencemari ketulenan bahasa Cina. Sebaliknya, 28 orang (46.67%) responden menganggap fenomena percampuran kod bukan merupakan pencemaran bahasa. Sesetengah daripada mereka menganggap bahawa bahasa hiburan perlu mempunyai laras bahasa yang tersendiri, maka fenomena percampuran kod merupakan salah satu ciri-ciri khas bagi bahasa hiburan dalam akhbar, di mana fenomena linguistik ini tidak boleh dipandang atau dianggap sebagai pencemaran bahasa semata-mata, sebaliknya ia mungkin merupakan satu ciri istimewa bagi bahasa hiburan dalam akhbar bahasa Cina di negara Malaysia.

**Jadual 5.4 Pandangan Responden Sama Ada Kata-kata Bahasa Inggeris yang Dicampurkan Sesuai Dengan Cita Rasa Mereka atau Tidak.**

<b>Pandangan sama ada kata-kata bahasa</b>	<b>Bilangan Responden</b>
--	---------------------------

<b>Inggeris yang dicampurkan sesuai dengan cita rasa responden atau tidak</b>	<b>(orang)</b>	<b>Peratus (%)</b>
Ya	38	63.33
Tidak	22	36.67
<b>Jumlah Keseluruhan:</b>	60	100.00

38 orang (63.33%) responden berpendapat bahawa percampuran kod bahasa Inggeris ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina setempat seperti “*in*”, “*cool*”, “*hit*” dan “*hot*” sesuai dengan cita rasa mereka. Sebaliknya, 22 orang (36.67%) responden tidak menganggap percampuran kod bahasa Inggeris sesuai dengan cita rasa mereka. Justeru, pengkaji boleh menyatakan bahawa salah satu tujuan penulis-penulis berita hiburan mencampurkan kata-kata sifat bahasa Inggeris yang berbau kemodenan dan keremajaan ke dalam ayat berita hiburan bahasa Cina adalah untuk menarik perhatian dan minat golongan pembaca berita hiburan khususnya kaum pemuda-pemudi. Percampuran item-item leksis bahasa Inggeris yang berbau kemodenan seperti “*in*”, “*cool*”, “*hit*” dan “*hot*” juga adalah bersesuaian dengan zaman moden kini. Tambahan pula, pengkaji mendapati bahawa percampuran kod sebegini adalah lebih menarik dan tidak membosankan pembaca sekiranya berbanding dengan laras-laras yang menggunakan bahasa penulisan yang terlalu formal.

**Jadual 5.5 Pandangan Responden Sama Ada Item-item Leksis Bahasa Inggeris yang Tidak Menepati Nahu Seperti “*sweet-sweet*”, “*cute-cute*” dan “*BB*” Sesuai Dengan Cita Rasa Mereka atau Tidak.**

<b>Pandangan sama ada item-item leksis bahasa Inggeris yang tidak menepati nahu seperti “<i>sweet-sweet</i>”, “<i>cute-cute</i>” dan “<i>BB</i>” sesuai dengan cita rasa mereka atau tidak</b>	<b>Bilangan Responden (orang)</b>	<b>Peratus (%)</b>
Ya	33	55
Tidak	27	45
<b>Jumlah Keseluruhan:</b>	60	100

Majoriti, yakni 33 orang (55%) responden menganggap kata ganda bahasa Inggeris yang tidak menepati tatabahasa yang telah dicampurkan ke dalam ayat berita



hiburan akhbar bahasa Cina setempat seperti “*sweet- sweet*”, “*cute-cute*”, “*BB*” dan sebagainya sesuai dengan cita rasa mereka. 27 orang (45%) responden pula menyatakan bahawa percampuran kata-kata ganda bahasa Inggeris yang tidak menepati tatabahasa ke dalam ayat-ayat hiburan bahasa Cina setempat adalah tidak sesuai dengan cita rasa mereka. Ini menunjukkan bahawa pengguna-pengguna bahasa masa kini kurang mementingkan nahu bahasa yang digunakan, sebaliknya mereka mementingkan cita rasa sendiri terhadap bahasa yang digunakan.

**Jadual 5.6 Pandangan Responden Sama Ada Kata Singkatan Bahasa Inggeris yang Disisipkan ke Dalam Ayat-ayat Berita Hiburan Bahasa Cina Setempat Lebih Memudahkan Pemahaman Mereka atau Tidak.**

<b>Pandangan sama ada kata singkatan bahasa Inggeris yang disisipkan ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina setempat lebih memudahkan pemahaman atau tidak</b>	<b>Bilangan Responden (orang)</b>	<b>Peratus (%)</b>
Ya	43	71.67
Tidak	17	28.33
<b>Jumlah Keseluruhan:</b>	60	100.00

43 orang (71.67%) responden berpendapat bahawa percampuran kata singkatan bahasa Inggeris seperti “*CD*”, “*VCD*”, “*DVD*”, “*MV*” dan “*sms*” ke dalam ayat-ayat hiburan bahasa Cina setempat adalah lebih memudahkan pemahaman sekiranya berbanding dengan kata-kata bahasa Cina yang berbunyi “光碟 *guāngdié*”, “激光视盘 *jīguāng shìpán*”, “数字影碟 *shùzì yǐndié*”, “音乐录影带 *yīnyuè lùyǐngdài*” dan “发送手机短讯 *fāsòng shǒujī duǎnxùn*”.

Menurut mereka (khususnya pelajar-pelajar dari kelas yang lemah), oleh sebab “光碟 *guāngdié*”, “激光视盘 *jīguāng shìpán*”, “数字影碟 *shùzì yǐndié*”, “音乐录影带 *yīnyuè lùyǐngdài*” dan “发送手机短信 *fāsòng shǒujī duǎnxìn*” merupakan item leksis bahasa Cina yang agak sukar bagi mereka dan sangat mengelirukan, maka percampuran kata-kata singkatan bahasa Inggeris “*CD*”, “*VCD*”, “*DVD*”, “*MV*” dan “*sms*” ke dalam ayat-ayat berita hiburan bahasa Cina Malaysia lebih memudahkan pemahaman mereka. Sebaliknya, hanya segelintir kecil, yakni 17 orang (28.33%) orang responden berpendapat bahawa “光碟 *guāngdié*”, “激光视盘 *jīguāng shìpán*”, “数字影碟 *shùzì yǐndié*”, “音乐录影带 *yīnyuè lùyǐngdài*” dan “发送手机短讯 *fāsòng shǒujī duǎnxìn*” lebih mudah difahami sekiranya berbanding dengan kata-kata singkatan bahasa Inggeris “*CD*”, “*VCD*”, “*DVD*”, “*MV*” dan “*sms*”.

**Jadual 5.7 Pendapat Responden Sama Ada Membenarkan Fenomena Percampuran Kod Terus Wujud Dalam Ayat Berita Hiburan Akhbar Bahasa Cina Setempat atau Tidak Pada Masa Hadapan**

<b>Pendapat sama ada membenarkan fenomena percampuran kod terus wujud dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina setempat atau tidak pada masa hadapan</b>	<b>Bilangan Responden (orang)</b>	<b>Peratus (%)</b>
Bersetuju	25	41.67
Kurang Bersetuju	18	30.00
Tidak Bersetuju	17	28.33
<b>Jumlah Keseluruhan:</b>	60	100.00

25 orang (41.67%) responden soal selidik bersetuju membenarkan penulis-penulis ayat berita hiburan terus mencampurkan item-item leksis bahasa Inggeris ke dalam ayat

berita hiburan akhbar bahasa Cina di Malaysia pada masa yang akan datang. 18 orang (30%) responden kurang bersetuju bahawa penulis-penulis berita hiburan akhbar bahasa Cina patut terus mencampurkan item leksis bahasa Inggeris ke dalam ayat berita hiburan akhbar bahasa Cina pada masa akan datang. 17 orang (28.33%) responden soal selidik pula tidak bersetuju dan menganggap bahawa percampuran kod sedemikian akan mengakibatkan pencemaran bahasa Cina pada masa akan datang. Merujuk kepada maklum balas responden-responden soal selidik, pengkaji mendapati bahawa fenomena percampuran kod dalam berita hiburan bahasa Cina Malaysia telah diterima oleh sebahagian daripada pengguna-pengguna bahasa di Malaysia. Yang menarik di sini ialah pelajar-pelajar (responden-responden) dari kelas lemah lebih sudi menerima fenomena percampuran kod tersebut sekiranya berbanding dengan pelajar-pelajar dari kelas yang baik.

**Jadual 5.8 Kekekapan Responden Mencampurkan Kod Dalam Pertuturan Sehari-hari**

<b>Kekerapan mencampurkan kod dalam pertuturan sehari-hari</b>	<b>Bilangan Responden (orang)</b>	<b>Peratus (%)</b>
Sentiasa	34	56.67
Kadang Kala	26	43.33
Tidak Pernah	0	0
<b>Jumlah Keseluruhan:</b>	60	100.00

34 orang (56.67%) responden sentiasa mencampurkan kata-kata bahasa Inggeris ke dalam pertuturan mereka dalam bahasa Cina. 26 orang (43.33%) responden pula kadang kala mencampurkan kod bahasa Inggeris ke dalam ayat bahasa Cina dalam pertuturan mereka. Tiada responden soal selidik yang tidak menggunakan percampuran kod bahasa Inggeris ke dalam ayat pertuturan mereka dalam bahasa Cina. Ini jelas menunjukkan bahawa percampuran kod telah menjadi kebiasaan di kalangan pengguna-pengguna bahasa di Malaysia. Merujuk kepada maklum balas tersebut, pengkaji mendapati bahawa

percampuran kod telah menjadi satu fenomena linguistik yang sangat popular di negara Malaysia yang bermultibahasa dan bermultibudaya. Ini turut melahirkan bahasa rojak atau bahasa basahan yang tidak wujud di negara-negara yang bermonolingual seperti Korea dan Jepun.