

**BAHASA SEBAGAI STRATEGI: PERANAN KESANTUNAN DALAM URUS NIAGA
PENIAGA KIAS****LANGUAGE AS A STRATEGY: THE ROLE OF POLITENESS IN KIAS TRADERS'
BUSINESS TRANSACTIONS**Noorhanis Amran^{1*}Nurul Fazlina Mat Zin²Rosnani Ripin³

¹ Pusat Pengajian Teras, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Sultan Ismail Petra (KIAS),
15370 Kota Bharu, Malaysia (Emel: hanisnoor91@gmail.com)

² Pusat Pengajian Teras, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Sultan Ismail Petra (KIAS),
15370 Kota Bharu, Malaysia (Emel: fazlina@kias.edu.my)

³ Pusat Pengajian Teras, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Sultan Ismail Petra (KIAS),
15370 Kota Bharu, Malaysia (Emel: rosnani@kias.edu.my)

* Corresponding author : (Emel: hanisnoor91@gmail.com)

Abstrak

Kesantunan berbahasa merupakan aspek penting dalam berkomunikasi, terutamanya dalam konteks perniagaan. Kajian ini bertujuan untuk menganalisis kepentingan kesantunan berbahasa dalam kalangan peniaga di Kolej Islam Antarabangsa Sultan Ismail Petra (KIAS). Metodologi kualitatif digunakan dengan pemerhatian dan rakaman semasa urus niaga dijalankan di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Sultan Ismail Petra (KIAS) oleh beberapa peniaga yang beroperasi di kawasan sekitar KIAS. Hasil kajian mendapati bahawa kesantunan berbahasa memberikan impak positif terhadap perhubungan peniaga dan pelanggan. Beberapa peniaga mengakui bahawa penggunaan bahasa yang sopan, mesra, dan penuh hormat membantu membina kepercayaan pelanggan. Ini tidak hanya meningkatkan jualan, tetapi juga mendorong pelanggan untuk kembali lagi. Selain itu, kesantunan berbahasa juga dapat mengurangkan salah faham dan konflik antara peniaga dan pelanggan, sekali gus mewujudkan suasana perniagaan yang harmoni. Kesimpulannya, kesantunan berbahasa bukan sahaja mencerminkan keperibadian peniaga, tetapi juga merupakan strategi perniagaan yang berkesan untuk mencapai kejayaan jangka panjang.

Kata Kunci : Kesantunan, Urus niaga, Pelanggan, KIAS.

Abstract

Politeness in language is an essential aspect of communication, especially in business contexts. This study aims to analyze the importance of polite language among traders at Sultan Ismail Petra International Islamic College (KIAS). A qualitative methodology was employed through observation and recordings of business transactions conducted by several traders operating around the KIAS area. The findings indicate that politeness in language has

a positive impact on the relationship between traders and customers. Several traders acknowledged that the use of courteous, friendly, and respectful language helps to build customer trust. This not only increases sales but also encourages customers to return. In addition, politeness in language can reduce misunderstandings and conflicts between traders and customers, thereby creating a harmonious business atmosphere. In conclusion, linguistic politeness not only reflects the trader's personality but also serves as an effective business strategy for achieving long-term success.

Keywords: *Politeness, Business Transactions, Customers, KIAS.*

PENDAHULUAN

Peranan yang boleh dimainkan sebagai seorang peniaga mestilah berlandaskan ilmu pengetahuan berkenaan satu-satu produk jualan dan pengalaman supaya mampu menangani masalah dalam kalangan masyarakat.

Manakala kesantunan berbahasa diukur berdasarkan pemilihan dan penggunaan bahasa oleh penuturnya yang mematuhi etika atau peraturan yang terdapat dalam bahasa sesuatu masyarakat. Ianya merujuk kepada penggunaan bahasa yang baik, sopan, beradab, memancarkan peribadi mulia dan menunjukkan penghormatan kepada pihak yang menjadi teman bicaranya. Kesantunan berbahasa juga menjadi salah satu ciri penting bangsa yang bertamadun (Awang Sariyan, 2015). Kesantunan dalam berbahasa amat penting diamalkan untuk menjaga hubungan baik antara satu sama lain, di samping memupuk nilai budaya bangsa yang berlandaskan adat resam masing-masing.

Dalam berkomunikasi, seseorang akan dianggap 'biadab' atau 'tidak tahu bahasa' jika menggunakan kata-kata yang menyinggung perasaan pihak dilawan berbicara sebagai contoh bahasa kesat atau bahasa kasar dan bahasa tempelak. Maka, bahasa halus dan sopan seperti bahasa pujian, bahasa pelawaan, bahasa permohonan dan lain-lain seharusnya digunakan apabila seseorang itu bertutur, baik melibatkan pihak yang lebih tua mahupun golongan yang lebih muda daripada penutur dalam sebarang keadaan.

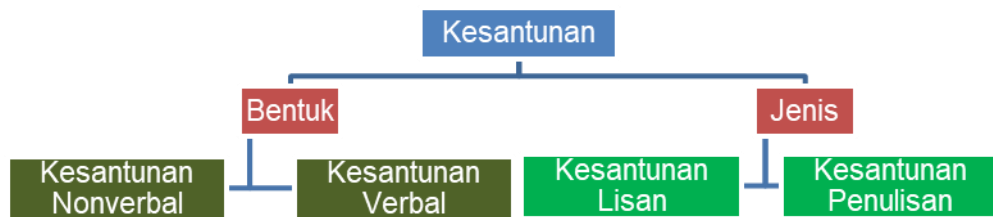
Dalam berkomunikasi, kesantunan juga berkait rapat dengan intonasi dalam ujaran. Dalam hal ini, nada suara menentukan makna emosi seseorang yang sedang bercakap dan aspek intonasi berperanan menentukan mesej interpersonal orang yang berbicara. Santun dinyatakan mempunyai skop yang amat luas dan meliputi tertib

semasa berkomunikasi, iaitu termasuk giliran bercakap, pemilihan perkataan, cara perkataan dilafazkan dan penentuan hentian, jeda atau pemenggalan maklumat dilakukan (Indirawati Zahid & Mardian Shah Omar, 2006).

Melihat fenomena penggunaan bahasa dalam urusan perniagaan, seseorang perlu menggunakan pendekatan berbeza mengikut keadaan pelanggannya. Hal ini dapat membantu pelanggan menyesuaikan diri dengan situasi, seterusnya melancarkan proses jual beli tersebut. Alat perantaraan yang paling utama merupakan bahasa, dan melalui bahasalah pelbagai permasalahan dapat dirungkai serta penyelesaian dapat dicapai. Dalam hal ini, corak bahasa yang digunakan oleh peniaga memainkan peranan yang amat penting dalam mendorong pembeli mendedahkan permasalahannya. Sekiranya seseorang peniaga bijak memilih dan menyusun perkataan, membina ayat, dan seterusnya menyatakan ideanya dalam bahasa yang baik, serta dengan cara yang teratur dan meyakinkan, maka matlamat santun dalam berbahasa amat dekat untuk dicapai.

Oleh itu, kajian ini dijalankan di Kolej Universiti Islam Antarabangsa Sultan Ismail Petra (KIAS). kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti bentuk dan peranan kesantunan bahasa yang diamalkan dalam urusan niaga harian oleh peniaga di KIAS. Pemilihan lokasi ini adalah penting kerana ia mewakili persekitaran perniagaan yang pelbagai dan dinamik yang melibatkan interaksi antara pelbagai latar belakang etnik dan bahasa, sekali gus memberikan gambaran yang kaya tentang amalan kesantunan dalam konteks niaga moden.

Selain itu, kesopanan dan kehalusan ketika menggunakan bahasa, baik dalam bentuk lisan mahupun dalam bentuk tulisan amat dipengaruhi semasa peniaga menjalankan urusan niaga bersama pembeli atau pengguna. Bentuk dan jenis kesantunan yang diambil kira merangkumi aspek-aspek seperti pemilihan kata yang digunakan ketika bertegur sapa (bahasa sapaan), nada, gerak laku dan gaya yang digunakan semasa berkomunikasi. Rajah 1.1 menunjukkan bentuk-bentuk dan jenis-jenis yang terdapat dalam kesantunan yang merupakan sebahagian daripadanya akan dianalisis melalui satu bentuk komunikasi iaitu teks pidato.



Rajah 1.1: Bentuk dan jenis kesantunan

Bentuk kesantunan terbahagi kepada dua iaitu bentuk kesantunan nonverbal dan kesantunan verbal. Sudah terang lagi bersuluh, bentuk kesantunan yang digunakan di dalam teks pidato ialah kesantunan verbal. Verbal merupakan perkataan bahasa Inggeris yang bermaksud lisan. Kesantunan berbahasa amat penting dan mesti diamalkan oleh setiap masyarakat di negara yang berbilang kaum ini, Malaysia. Bahasa melambangkan kehalusan budi, kesopanan dan tingkah laku penutur seseorang. Oleh itu, kesantunan berbahasa seharusnya diamalkan bukan sahaja dalam konteks komunikasi bukan lisan tetapi juga dalam konteks komunikasi secara lisan.

SOROTAN LITERATUR

Manakala, kajian kesantunan berbahasa banyak dilakukan dengan fokus berbeza oleh pengkaji dalam dan luar negara. Memfokus kepada kajian kesantunan di Malaysia, kajian Riduan Makhtar dan Abd Ganing Laenkang (2016) misalnya meneliti aspek amalan dan penilaian kesantunan bahasa dalam situasi mesyuarat, melibatkan pelajar pascasiswazah berketurunan Melayu Muslim di empat buah universiti awam Malaysia. Nor Azuwan Yaakob, Norazlina Mohd Kiram, Kamariah Kamaruddin dan Zaitol Azma Zainon Hamzah (2011) pula menyentuh aspek kesantunan berbahasa dalam aktiviti Program Latihan Khidmat Negara (PLKN). Kajian Zaitul Azma Zainon Hamzah, Ahmad Fuad Mat Hassan dan Mohd Nur Hafizudin Md Adama (2011) yang dijalankan dari sudut pragmatik pula mengenal pasti dan menganalisis penggunaan kata dan ujaran santun oleh remaja sekolah menengah, sementara Arina Johari dan Indirawati Zahid (2016) dalam kajian mereka telah meneliti strategi kesantunan bahasa dalam rancangan bual bicara motivasi diri radio. Selain itu, kajian yang

berkaitan dengan kajian non verbal dijalankan oleh Suzy Azeharie (2017) berkaitan dengan Pola komunikasi antara pedagang dan pembeli di desa Pare, Kampung Inggris Kediri. Hashim Musa (2020). Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP). Kesantunan Bahasa dan Budaya Komunikasi Digital.

Data program ini dianalisis menggunakan kerangka teori kesantunan Brown Levinson dan Prinsip Kerjasama Grice.

Kajian Kesantunan Bahasa Dan Peniagaan

Perbincangan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kajian kesantunan dan kaunseling yang pernah dijalankan, di samping membantu penyelidik meneliti skop dan pendekatan yang bersesuaian bagi kajian yang dilaksanakan ini. Riduan Makhtar dan Abd Ganing Laenkang (2016) misalnya memfokus kepada amalan dan penilaian kesantunan bahasa dalam situasi mesyuarat, melibatkan pelajar pascasiswazah berketurunan Melayu Muslim di empat buah universiti awam Malaysia, iaitu Universiti Islam Antarabangsa Malaysia, Universiti Kebangsaan Malaysia, Universiti Putra Malaysia, dan Universiti Malaya. Pemilihan pelajar Muslim dalam kajian ini bertujuan untuk menunjukkan bahawa agama dan keturunan yang sama tidak mempengaruhi kefahaman dan amalan kesantunan. Arina Johari dan Indirawati Zahid (2016) dalam kajian mereka telah meneliti strategi kesantunan bahasa dalam rancangan bual bicara motivasi diri radio. Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti corak ujaran kesantunan, mengenal pasti fungsi strategik ujaran, dan kesannya terhadap kejayaan urus niaga.

Hasil dapatan mengenai kepentingan kesantunan berbahasa dalam interaksi perniagaan secara langsung menyokong semangat Dasar Bahasa Kebangsaan. Ia menekankan bahawa penggunaan Bahasa Melayu yang beretika, standard, dan berkesan bukan sahaja terhad kepada urusan rasmi, tetapi juga perlu diperkasakan dalam sektor keusahawanan dan perdagangan. Ini mengukuhkan peranan Bahasa Melayu sebagai bahasa perhubungan utama yang profesional dan berwibawa dalam ekonomi negara.

Justeru itu, melalui Dasar Keusahawanan Nasional (DKN) 2030: DKN 2030 bermatlamat untuk mewujudkan ekosistem keusahawanan yang holistik dan berprestasi tinggi dapat dicapai. Kajian ini menyumbang dengan menyediakan bukti empirikal bahawa kemahiran komunikasi interpersonal yang santun adalah pemacu utama kepuasan pelanggan. Apabila peniaga menggunakan bahasa yang santun, hubungan peniaga–pelanggan diperkukuh, lantas meningkatkan daya saing, imej profesional, dan potensi kejayaan usahawan tempatan, sejajar dengan matlamat DKN 2030 untuk meningkatkan nilai perniagaan.

Relevan dengan Pelan Strategik Pendidikan Tinggi (PSPT) 2021–2025: Kajian ini memberi input kritikal kepada institusi pendidikan tinggi. Ia menekankan perlunya memasukkan elemen kesantunan berbahasa Melayu dalam kurikulum keusahawanan dan latihan vokasional. Graduan yang dilengkapi dengan kemahiran berbahasa yang santun dan beretika akan lebih bersedia untuk berinteraksi secara berkesan dengan pelanggan dalam persekitaran perniagaan yang pelbagai. Ini secara langsung menyokong aspirasi PSPT untuk melahirkan modal insan yang holistik, bercirikan keusahawanan, dan memenuhi keperluan industri.

METODOLOGI

Bahagian ini memperkenalkan dan menghuraikan kaedah yang digunakan oleh pengkaji untuk melakukan kajian bagi memperoleh data-data yang diingini. Pemilihan kaedah kajian yang betul amat penting supaya latihan ilmiah yang dijalankan mendapat hasil yang tepat dan berkualiti. Pengkaji telah menggunakan beberapa kaedah bagi mendapatkan data, antaranya kaedah perpustakaan dan kerja lapangan. Bagi kaedah kerja lapangan, pengkaji telah memilih bentuk kajian kes (pemerhatian langsung). Data yang dikumpul akan dianalisis untuk memenuhi objektif kajian.

Kajian di perpustakaan ini memainkan peranan yang penting dalam mengemukakan idea yang diperolehi kerana melalui kajian tersebut pengkaji mendapat pendedahan berkenaan dengan kajian yang akan dijalankan. Kajian perpustakaan merupakan kaedah yang biasa digunakan oleh mana-mana pengkaji

bagi melihat data dan bukti kajian ke atas dokumen dan rekod yang dilakukan oleh pengkaji lepas. Kaedah ini merupakan kaedah yang terkenal dan amat sesuai untuk melakukan kajian bagi sains sosial. Selain daripada itu, kaedah kajian ini dapat menjimatkan masa dan juga kos serta tenaga dalam mendapatkan data atau bahan untuk melakukan sesuatu kajian. Maklumat yang diperolehi dari pustakaan merupakan maklumat yang tepat dan boleh digunakan sebagai rujukan yang lengkap.

Nor Hashimah et. Al dalam Norazliza (2005) memberi pengertian kajian perpustakaan ialah kajian yang telah dilakukan lebih awal, dihimpunkan dan didokumentasikan melalui pembacaan. Oleh sebab itu, pengkaji akan mengumpul maklumat yang berkaitan dengan kajian yang dilakukan oleh pengkaji. Selain itu, dalam usaha untuk mendapatkan segala maklumat mengenai kajian yang dilakukan, pengkaji telah merujuk buku-buku dan jurnal serta bahan kajian lain.

Kajian perpustakaan digunakan oleh pengkaji untuk meneliti bahan-bahan bacaan serta kajian lepas mengenai kajian-kajian lain yang berkaitan dengan tajuk yang dipilih. Pengkaji akan meneliti segala yang telah dikaji oleh pengkaji lepas mengenai tajuk yang dipilih oleh pengkaji. Setelah diteliti dan dinilai oleh pengkaji, segala kajian lepas ini dijadikan sumber bahan bacaan sekali gus dijadikan rujukan bagi membantu pengkaji dalam menghasilkan penulisan yang baik. Pengkaji akan mendapatkan bahan yang berkaitan dan menilai kajian lepas yang telah dilakukan oleh pengkaji-pengkaji lepas.

Kajian Lapangan

Kajian lapangan merupakan kaedah yang paling tepat untuk mendapatkan data daripada responden. Kajian lapangan merupakan sumber primer, oleh itu data yang diperolehi lebih tepat dan betul. Kajian lapangan ini dibuat dengan membuat pemerhatian dalam proses jual beli yang berlangsung.

Sampel Kajian

Peniaga KIAS (penjual) dan Pelanggan (pembeli). Pemilihan dibuat secara persampelan bertujuan (purposive sampling) untuk memastikan data yang dikumpul kaya dengan ciri-ciri kesantunan bahasa yang dikaji.

Instrumen Kajian

Alat rakaman audio/video (untuk merekod interaksi), Buku catatan lapangan (untuk merekod konteks, perlakuan bukan lisan, dan pemerhatian umum), dan protokol transkripsi (untuk menukarkan rakaman kepada data bertulis).

Prosedur Pengumpulan Data

- i. Pemerhatian peserta/bukan peserta: Penyelidik mendapatkan kebenaran peniaga dan pelanggan.
- ii. Rakaman In-Situ: Rakaman perbualan urus niaga yang autentik dan spontan tanpa campur tangan.
- iii. Temu bual selepas rakaman (pilihan): Melakukan temu bual ringkas dengan peniaga untuk mengesahkan tujuan di sebalik ujaran santun tertentu (untuk mendapatkan makna sebenar dari perspektif peniaga).

Kaedah Analisis Data

Analisis Perbualan : Menganalisis data transkripsi berdasarkan teori kesantunan yang relevan iaitu Teori Kesantunan Brown & Levinson (1987). Tujuannya adalah untuk mengenal pasti corak ujaran santun, fungsi strategik ujaran tersebut, dan kesannya terhadap kejayaan urus niaga.

Dalam melakukan sesuatu kajian, pengkaji seharusnya memiliki pengetahuan tentang sesuatu kaedah penyelidikan yang sesuai dengan kajiannya. Di samping itu, dengan adanya metodologi penyelidikan tersebut, pengkaji dapat melakukan analisis terhadap data kajian mengikut prosedur-prosedur yang telah dinyatakan sebelum ini. Secara keseluruhannya, kajian yang dijalankan ini berasaskan kepada kaedah penyelidikan perpustakaan dan teks sahaja. Hal ini demikian, data pengkaji adalah berbentuk bahan rakaman dan ditranskripsi.

DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Situasi: Pelajar ingin memesan nasi dan air.

Peniaga: Peniaga adalah seorang wanita Melayu pertengahan umur yang dikenali sebagai "Bonda" (hubungan keakraban/status).

P1 (Pelajar) *"Assalamualaikum, bonda! (senyum) bonda sihat hari ni? Jual apa lagi yang sedap-sedap ni?"*

Strategi: Kesantunan Positif (Keakraban/Solidariti). Pelajar bermula dengan sapaan agama yang santun, menanyakan khabar ('bonda sihat hari ni?') dan memberikan pujian halus ('Jual apa lagi yang sedap-sedap ni?').

N1 (Peniaga) *"Walaikumussalam, nak. Alhamdulillah sihat. Hari ni bonda masak nasi putih lauk ayam goreng, ayam, pedas, ayam gulai dan banyak lagi. Sedap-sedap belako tu. Nak lauk apa?"*

Strategi: Kesantunan positif (mengandaikan hubungan seimbang). Menggunakan panggilan mesra 'nak' (anak) dan 'kamu' yang menandakan keakraban/kasih sayang. Ini adalah strategi : Tawarkan Kerjasama (dengan menyebut 'sedap-sedap belako').

P2 (Pelajar) *"Ya, Nasi lauk ayam pedas satu. Bonda, boleh tak saya nak minta tolong sikit? Nak minta asingkan lauk dan nasi. (tersengih)"*

Strategi: Kesantunan Negatif (Mengelak Paksaan).

Permintaan/rayuan. Menggunakan pelemah (hedges) seperti 'boleh tak' untuk mengelakkan paksaan, iaitu strategi : Memberi penghormatan (menghormati P).

N2 (Peniaga) *"Ish, nak ni. Bolehlah bonda asingkan lauk dan nasi. Nanti bonda cari plastik dulu. Strategi: Kesantunan Negatif diikuti Positif. Mula-mula, menolak permintaan dengan memberikan justifikasi 'ish, nak ni'. (strategi : Memohon maaf/Menyatakan sebab). Kemudian, menawarkan penyelesaian (mitigation) dengan menyatakan nanti bonda cari plastik dulu untuk mengekalkan hubungan baik.*

P3 (Pelajar) *"Alhamdulillah, terima kasih banyak-banyak bonda yang baik hati! Memang rezeki saya la hari ni. (mengambil makanan dan wang baki)."*

Strategi: Kesantunan positif (membalas kebaikan). Menggunakan pujian yang melampaui batas ('bonda yang baik hati') untuk menunjukkan penghargaan dan mengukuhkan hubungan keakraban. Ini adalah strategi : Menguatkan minat.

Kesimpulan Analisis

Perbualan ini menunjukkan bagaimana kesantunan berfungsi sebagai strategi perniagaan yang berkesan dalam konteks budaya tempatan, seperti di KIAS:

Kesantunan Positif (Positive Politeness): Digunakan secara berterusan untuk mengurangkan jarak sosial dan mencipta keakraban (menggunakan panggilan 'bonda,' 'nak,' 'kakak').

Kesantunan Negatif (Negative Politeness): Digunakan oleh pelajar (P2) untuk melemahkan Ancaman Muka (FTA). Dengan menggunakan ungkapan 'boleh tak' pelajar menunjukkan rasa hormat terhadap autonomi peniaga untuk menolak.

Ringkasnya, bahasa santun digunakan sebagai KIAS (strategi) untuk memastikan urusan niaga berjaya sambil mengekalkan dan mengukuhkan hubungan kekeluargaan dan hormat-menghormati yang menjadi teras dalam persekitaran KIAS.

KESIMPULAN

Kesimpulannya, peranan kesantunan berbahasa dalam urusan niaga, terutamanya dalam kalangan peniaga KIAS, melangkaui fungsi komunikasi biasa, menjadikannya suatu strategi perniagaan yang penting dan berkesan. Hasil kajian menunjukkan bahawa penggunaan bahasa yang sopan, mesra, dan beradab adalah kunci kepada kejayaan peniaga KIAS dalam menarik pelanggan, mengendalikan konflik, dan akhirnya memuktamadkan jualan.

Peniaga KIAS secara sedar atau tidak sedar mengaplikasikan teori-teori pragmatik seperti Teori Kesantunan Brown & Levinson. Mereka mahir menggunakan Kesantunan Positif melalui sapaan mesra ('adik,' 'kakak,' 'mak cik') dan pujian, bertujuan untuk mengurangkan jarak sosial dan membina keakraban, seolah-olah pelanggan adalah

sebahagian daripada keluarga. Strategi ini mencipta suasana kekitaan dan kepercayaan, yang menjadi asas penting dalam urus niaga bersemuka. Apabila hubungan sosial dibina kukuh, pelanggan lebih cenderung untuk selesa, kembali membeli, dan tidak teragak-agak untuk tawar-menawar dalam lingkungan yang sopan.

Pada masa yang sama, Kesantunan Negatif memainkan peranan kritikal dalam menguruskan Ancaman Muka (FTA) seperti penolakan tawaran atau kritikan terhadap kualiti produk. Peniaga KIAS akan menggunakan pelemah ujaran (seperti 'sikit', 'boleh tak'), meminta maaf, atau memberikan justifikasi lembut sebelum menolak permintaan pelanggan. Pendekatan mitigasi ini memastikan penolakan dibuat tanpa mengguris perasaan pelanggan, sekali gus melindungi muka negatif pelanggan dan mengelakkan konflik yang boleh menjejaskan urus niaga.

Secara keseluruhan, bagi peniaga KIAS, kesantunan adalah aset modal sosial. Ia membezakan perkhidmatan mereka daripada urus niaga perniagaan yang tawar dan formal. Kesantunan bukan sekadar etika budaya, tetapi merupakan KIAS (strategi) instrumental yang menjamin kelangsungan perniagaan. Ia membuktikan bahawa dalam konteks perniagaan tempatan, kejayaan bukan hanya bergantung pada kualiti produk dan harga, tetapi juga pada keupayaan peniaga untuk menjual hubungan dan rasa hormat melalui keindahan bahasa. Kesantunan bahasa oleh peniaga KIAS adalah manifestasi budaya yang bijak dan berdaya saing dalam landskap perniagaan moden.

PENGHARGAAN

Artikel ini merupakan sebahagian hasil dapatan daripada penyelidikan di bawah Geran Penyelidikan KIAS yang bertajuk “Bahasa Sebagai Strategi: Peranan Kesantunan Dalam Urus Niaga Peniaga KIAS”.

RUJUKAN

- Abdul Mua'ti @ Zamri Ahmad. (2001). *Santun Komunikasi*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ahmad Mahmood Musanif. (2006). Bahasa Cerminan Budaya. *Dewan Budaya* (hlm. 16-19). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

- Arbak Othman. (2006). Bahasa Berbudaya: Berbudayakah Kita? *Dewan Budaya* (hlm. 1016). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Arina Johari & Indirawati Zahid. (2016a). Aplikasi strategi kesantunan dalam rancangan bual bicara motivasi diri radio IKIMFM. *Jurnal Bahasa*. Vol. 16(1), 120-152.
<http://jurnalbahasa.dbp.my/wordpress/wp-content/uploads/2016/06/6-kesantunan.pdf>
- Arina Johari & Indirawati Zahid. (2016b). Manifestasi kesantunan melayu dalam ujaran memberi dan meminta nasihat. *GEMA Online[®] Journal of Language Studies*. 16(2), 73-94.
- Awang Mataim Bakar. (2000). Perambahan brunei sebagai pencerna pemikiran masyarakat Melayu Brunei. *Kumpulan Kertas Kerja Kolokium Bahasa dan Pemikiran Melayu/Indonesia* (hlm. 117-128). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Awang Sariyan. (2015). *Santun Berbahasa*. Edisi Kedua. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Azemi Shaari, Noor Azniza Ishak, Nurul Naimah Rose & Ashli Abdullah (2015). Aplikasi kaunseling individu terhadap murid orang kurang upaya (OKU) (Pendengaran dan Pertuturan). *Jurnal Pembangunan Sosial*. Vol. 18, 171-184.
<http://jps.uum.edu.my/images/jps/18/JPS18110.pdf>
- Brown, P. & C. Levinson, S. (1987). *Politeness: Some Universal in Language Usage*. Cambridge University Press.
- Grundy, P. (2000). *Doing Pragmatics*. London: Arnold & New York: Oxford University Press. Inc.
- Hashim Musa (2020). Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP). Kesantunan Bahasa dan Budaya Komunikasi Digital.
- Indirawati Zahid & Mardian Shah Omar. (2006). *Fonetik dan Fonologi.: Siri Pengajaran dan Pembelajaran Bahasa Melayu*. Kuala Lumpur: PTS Professional Publishing Sdn. Bhd.
- Jonathan Ukab. (2009). Dendam disebabkan peristiwa lalu: kajian kes menggunakan modaliti seni. *Buku Koleksi Kertas Kerja Seminar Penyelidikan IPGM KBL Tahun 2009*, hlm. 14-23.
<http://www.ipbl.edu.my/portal/penyelidikan/seminarpapers/2009/2%20Jonathan.pdf>
- Kamus Dewan Edisi Keempat*. (2007). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Leech, G. (1983). *Principles of Pragmatics*. London and New York: Longman.
- Leech, G. (1993). *Prinsip Pragmatik*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mariam Abas & Azlina Abdul Razak. (2023). Analisis Pelanggaran Prinsip Kesantunan Leech dalam Interaksi Jual Beli Atas Talian (E-Commerce). *Jurnal Pengurusan Komunikasi*.
- Mizan Adiliah Ahmad Ibrahim & Halimatun Halaliah Mokhtar. (2002). *Kaunseling Individu* (Ed. Kelima). Selangor: Penerbit Fajar Bakti Sdn. Bhd.
- Nor Azuwan Yaakob, Norazlina Mohd Kiram, Kamariah Kamaruddin & Zaitul Azma Zainon Hamzah. (2011). Kesantunan berbahasa dalam aktiviti program latihan

- khidmat negara (PLKN). *Journal of Human Capital Development*. Vol. 4(1), 53-77. http://jhcd.utem.edu.my/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=102 &Itemid=80
- Noor Hidayah Idris & Siti Zaleha Hashim (2021). Penerapan kesantunan berbahasa dalam pembelajaran daring (online learning) semasa pandemik COVID-19. *Prosiding Persidangan*.
- Othman Mohamed. (2005). *Prinsip Psikoterapi dan Pengurusan dalam Kaunseling*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia
- Riduan Makhtar & Abd Ganing Laenkang. (2016). Amalan dan penilaian kesantunan bahasa dalam kalangan pelajar pascasiswazah Melayu Muslim. *Journal of Social Sciences and Humanities. Special Issue* (3) <http://ejournal.ukm.my/ebangi/article/viewFile/15583/4845>
- Suzy Azeharie. (2017). Pola Komunikasi Antara Pedagang dan Pembeli di Desa Pare, Kampung Inggris Kediri. Universitas Tarumanagara (UNTAR), Indonesia.
- Taip Abu & Abdul Halim Othman. (2009). Kaunseling untuk kesejahteraan – Satu kajian kes perkhidmatan kaunseling di Universiti Kebangsaan Malaysia. *Jurnal Personalia Pelajar*. Vol. 12, 1-17. http://journalarticle.ukm.my/4701/1/1-Taib_Abu.pdf
- Wan Robiah Meor Osman & Hamidah Abdul Wahab. (2011). penggunaan lakuan bahasa permintaan dalam sesi kaunseling. *Prosiding Seminar Antarabangsa Linguistik dan Pembudayaan Bahasa Melayu VII (SALPBMVII)*. Serdang: Universiti Putra Malaysia.
- Wan Robiah Meor Osman & Hamidah Abdul Wahab. (2009). Konsep Pertanyaan dalam Sesi Kaunseling: Satu Analisis Pragmatik. *Bahasa Verbal dan Bukan Verbal: Linguistik, Sastera dan Peradaban*. Kuala Lumpur: Universiti Sains Malaysia dan Institut Terjemahan Negara Malaysia.
- Zainol Abidin Kasim & Jaafar Jambi. (2006). Strategi dan ciri kesantunan berbahasa jepun. *Jurnal Bahasa* (hlm. 483-519). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Zaitul Azma Zainon Hamzah, Ahmad Fuad Mat Hassan & Mohd Nur Hafizudin Md Adama. (2011). Kesantunan bahasa dalam kalangan remaja sekolah menengah. *Jurnal Bahasa*. Vol. 11(2), 321-338. <http://jurnalbahasa.dbp.my/wordpress/wpcontent/uploads/2014/08/7-KESANTUNAN-BERBAHASA-DALAM-KALANGANREMAJA.pdf>
- Zaitul Azma Zainon Hamzah. (2012). Kesantunan dan Strategi Berbahasa dalam Konteks Pendidikan. *Prinsip dan Aplikasi Kesantunan Berbahasa*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.