

KESANTUNAN BERBAHASA DALAM PERNIAGAAN PENSTRIMAN LANGSUNG TIKTOK: PENDEKATAN TEORI KESANTUNAN BROWN & LEVINSON

(LANGUAGE POLITENESS IN TIKTOK LIVE STREAMING BUSINESS: A BROWN & LEVINSON
POLITENESS THEORY APPROACH)

RAHIM, M. A. A.¹ – ROSDI, N. H. C.^{1*} – HA, F. S. M. A.¹ – IDRIS, S. W. S. M.¹

¹ *Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan, Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang, Malaysia.*

**Penulis penghubung
e-mail: nurhabibahcr[at]usm.my*

(Received 20st April 2025; revised 27th June 2025; accepted 06th July 2025)

Abstrak. Kesantunan berbahasa merujuk kepada penggunaan bahasa yang sopan dan berbudi bahasa demi mewujudkan hubungan harmoni antara penutur dan pendengar. Kajian ini meneliti kesantunan berbahasa dalam konteks perniagaan penstriman langsung di TikTok oleh seorang usahawan kosmetik terkenal, Dato' Alha Alfa. Kajian ini mengaplikasikan Teori Kesantunan Brown dan Levinson (1987) yang berasaskan konsep face (air muka) untuk menganalisis strategi kesantunan dalam komunikasi digital. Pendekatan kajian adalah kualitatif berbentuk kajian kes, melibatkan pemerhatian dan analisis perbualan secara terperinci terhadap lima sesi penstriman langsung. Hasil kajian mendapati bahawa penutur menggunakan pelbagai strategi kesantunan positif dan negatif seperti sapaan hormat, kata ganti nama diri yang sesuai, pujian, ucapan terima kasih dan permohonan maaf, serta pertanyaan tidak langsung bagi menjaga air muka pendengar. Strategi-strategi ini membantu mengekalkan suasana interaksi yang mesra dan profesional antara penjual dan penonton. Implikasinya, kesantunan berbahasa memainkan peranan penting dalam komunikasi perniagaan digital, dan dapatan ini diharap mendorong penyelidikan lanjut mengenai komunikasi sopan dalam platform media sosial yang semakin berkembang. Secara tidak langsung, kajian ini diharapkan dapat menjadi pencetus idea kepada penyelidik linguistik untuk mengembangkan kajian berkaitan kesantunan dalam komunikasi digital yang semakin pesat membangun.

Katakunci: *kesantunan berbahasa, komunikasi digital, penstriman langsung, Lidicoat, teori kesantunan Brown & Levinson*

Abstract. Politeness in Language Use refers to the employment of courteous and refined speech aimed at fostering harmonious relationships between speakers and listeners. This study examines language politeness within the context of livestreaming business activities on TikTok conducted by the renowned cosmetics entrepreneur, Dato' Alha Alfa. The study applies Brown and Levinson's (1987) Politeness Theory, which is grounded in the concept of face, to analyze politeness strategies in digital communication. The research adopts a qualitative case study approach, involving detailed observation and conversational analysis of five livestreaming sessions. The findings indicate that the speaker employed a range of positive and negative politeness strategies, including respectful greetings, appropriate use of personal pronouns, compliments, expressions of gratitude and apologies, as well as indirect questions to maintain the listener's face. These strategies contribute to maintaining a friendly and professional interaction between the seller and the audience. The implications of the study highlight the pivotal role of language politeness in digital business communication. The findings are expected to encourage further research on courteous communication in the rapidly evolving social media landscape. Indirectly, this study is intended to inspire linguistics researchers to expand investigations into politeness in the context of fast-growing digital communication.

Keywords: *politeness in language use, digital communication, livestreaming, Lidicoat, Politeness Theory Brown & Levinson*

Pengenalan

Kesantunan berbahasa merupakan aspek penting dalam komunikasi kerana penggunaan bahasa yang tepat dapat mengelakkan perasaan tersinggung, marah atau kurang senang di pihak pendengar (Sariyan, 2007). Pada asasnya, kesantunan dalam berkomunikasi melibatkan penggunaan tutur kata yang halus, sopan, dan menghormati orang lain agar interaksi berjalan lancar tanpa konflik (Leech, 1983). Amalan bertutur secara santun ini bukan sahaja mencerminkan peradaban dan keperibadian mulia individu, malah mampu mewujudkan keharmonian dalam masyarakat. Dalam tradisi Melayu, ciri-ciri seperti bahasa yang berbudi, nada yang lembut, dan penghormatan melalui panggilan hormat atau gelaran merupakan tanda kesantunan yang tinggi. Berdasarkan pelbagai pandangan sarjana ini, dapat dirumuskan bahawa kesantunan berbahasa ialah penggunaan bahasa yang baik dan sopan dalam interaksi bagi memelihara hubungan baik antara penutur dengan pendengar. Perkembangan teknologi dan media sosial membawa fenomena baharu dalam konteks kesantunan berbahasa. Komunikasi melalui platform digital seperti WhatsApp, Facebook, Twitter, dan TikTok kini menjadi amalan biasa, terutamanya dalam kalangan generasi muda (Mustafa dan Hamzah, 2015). TikTok, sebagai contoh, telah muncul sebagai salah satu platform media sosial yang paling pesat berkembang di Malaysia. Aplikasi ini bukan sahaja digunakan untuk hiburan dan trend, malah menawarkan fungsi penstriman langsung yang membolehkan pengguna menjalankan perniagaan atas talian. Sehingga tahun 2022, anggaran jumlah pengguna TikTok di Malaysia mencecah 14 juta dan dijangka terus meningkat bagi tahun-tahun seterusnya (Nair et al., 2022). Fungsi penstriman langsung di TikTok menarik minat ramai usahawan kerana ia menyediakan ciri interaktif seperti ikon beg beli-belah, pemberian hadiah maya (TikTok Gifts), baucar diskaun, dan integrasi katalog produk. Melalui fungsi-fungsi ini, penjual dapat mempromosikan produk secara langsung, manakala penonton berpeluang bertanya soalan dan membeli produk dengan mudah. Namun demikian, memandangkan interaksi penjual-pembeli berlaku secara masa nyata di khalayak ramai, aspek kesantunan bahasa menjadi semakin penting untuk menjaga imej perniagaan dan kepuasan pelanggan.

Terdapat kebimbangan bahawa kesantunan berbahasa dalam masyarakat kian terhakis akibat gaya komunikasi masa kini yang lebih santai dan langsung; misalnya, menegaskan fenomena merosotnya budi bahasa dalam kalangan penutur bahasa Melayu moden. Meskipun begitu, kajian-kajian mutakhir menunjukkan bahawa kesantunan masih diamalkan dalam komunikasi media sosial. Siti Norliana et al. (2023) melaporkan bahawa pelajar sekolah menengah di Malaysia masih menggunakan bahasa sopan di platform WhatsApp, contohnya melalui ungkapan seperti “Boleh saya tanya sikit, cikgu?” yang menunjukkan tatatertib ketika berinteraksi dengan guru. Begitu juga, kajian Maros dan Rosli (2017) terhadap penutur muda di Twitter mendapati penggunaan kata sapaan hormat seperti “Pak cik”, “Cik”, atau gelaran profesional (“Dr”, “Prof”) semasa berkomunikasi, menandakan wujudnya kesantunan meskipun di media sosial yang santai. Dapatan ini mencadangkan bahawa nilai kesantunan masih relevan dan dipraktikkan, walaupun medium komunikasi berubah. Dalam konteks perniagaan, kajian penggunaan bahasa Melayu sebelum ini banyak menumpukan kepada aspek kesalahan bahasa atau retorik pemasaran (Muhammadin et al., 2018; Nordin et al., 2014; Long et al., 1990). Namun, aspek kesantunan dalam komunikasi perniagaan atas talian, khususnya melalui penstriman langsung, masih kurang diberi perhatian. Sehingga kini, belum ada kajian terdahulu yang secara khusus meneliti kesantunan berbahasa antara penjual dan pembeli dalam situasi penstriman langsung media sosial.

Ini menimbulkan persoalan: bagaimanakah ciri-ciri kesantunan yang diamalkan oleh peniaga dan pelanggan dalam perniagaan penstriman langsung yang melibatkan interaksi dua hala secara waktu nyata? Kajian ini dijalankan bagi mengisi kelompongan tersebut dengan memfokuskan kepada kes linguistik Dato' Alha Alfa, seorang usahawan yang aktif melakukan penjualan produk kosmetik melalui TikTok Live. Dato' Alha Alfa dipilih kerana beliau merupakan antara perintis perniagaan kosmetik di platform TikTok yang berjaya menarik ribuan penonton setiap sesi siaran langsung. Melalui kajian ini, aspek kesantunan bahasa dalam penstriman langsung akan dianalisis secara mendalam, sekaligus menilai sejauh mana norma kesantunan tradisional dipelihara atau diubahsuai dalam persekitaran digital.

Objektif kajian Dan kajian literatur

Kajian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk: (1) Mengetahui pasti ujaran-ujaran kesantunan berbahasa yang digunakan oleh peniaga Dato' Alha Alfa semasa sesi penstriman langsung perniagaan di TikTok; (2) Menganalisis dan mengkategorikan strategi kesantunan berbahasa tersebut berdasarkan kerangka Teori Kesantunan Brown dan Levinson (1987) dalam konteks komunikasi digital. Hasil tinjauan daripada kajian lepas, kesantunan bahasa dikaji daripada beberapa aspek, antaranya penggunaan bahasa sopan, penggunaan strategi kesantunan langsung dan tidak langsung, serta penggunaan ungkapan formal dan tidak formal yang mencerminkan kesantunan dalam kalangan pelajar sekolah dan mahasiswi di media sosial (Ghazali et al., 2023; Mudiono, 2022; Sultan dan Norazhar, 2022). Perkara ini dapat dibuktikan melalui kajian Sultan dan Norazhar (2022) yang meneliti penggunaan bahasa yang santun, seperti 'assalamualaikum' dan 'selamat sejahtera', dengan menggunakan pendekatan kualitatif iaitu soal selidik dan pemerhatian untuk memperoleh data kajian. Kajian pendekatan kualitatif juga dapat dikaitkan dengan kajian Rahmawati (2022) mengenai kesantunan bahasa di media sosial, khususnya di ruangan status dan komen Facebook. Kajian ini membolehkan pengkaji memperoleh paparan data, menarik kesimpulan, dan mengesahkan dapatan berdasarkan teori kesantunan Brown dan Levinson (1987) untuk memahami penggunaan strategi kesantunan positif, kesantunan negatif, serta teknik langsung dan tidak langsung. Dapatan kajian menunjukkan bahawa majoriti peserta menggabungkan kesantunan positif dan kesantunan negatif sebagai strategi utama dalam berkomunikasi di media sosial. Misalnya, kesantunan positif dalam ayat (a-b) dan kesantunan negatif dalam ayat (c-d) seperti dalam contoh berikut: (a) hello guys and girls! I will open new project writing again; (b) you are really great!; (c) is there anyone wants to practice their speaking?; (d) would you please give me the Captain's number? (Rahmawati, 2022).

Pengguna media sosial menggunakan kesantunan positif dan kesantunan negatif untuk menyesuaikan komunikasi mereka, sama ada secara langsung atau tidak langsung, bergantung kepada niat dan konteks perbualan (Suerni, 2024; Soumena dan Suhardi, 2023; Rahman dan Hassan, 2019). Misalnya, teknik kesantunan positif dapat dilihat menerusi komen seperti 'PH terbaik' yang memuji kerajaan baharu dengan menggunakan ungkapan positif manakala strategi ketidaksantunan dapat dilihat dalam komen seperti 'Kau ni Sadiq buat malu keturunan Syed' yang jelas menyerang secara langsung individu tertentu tanpa sebarang penjelasan. Dapat disimpulkan bahawa penggunaan kesantunan positif dan negatif dalam komunikasi media sosial mencerminkan keperluan untuk menyesuaikan strategi komunikasi mengikut konteks dan tujuan perbualan. Penelitian terhadap kajian bahasa dalam perniagaan

memperlihatkan bahawa isu utama yang dikaji ialah aspek kesalahan bahasa yang digunakan oleh peniaga. Isu yang paling menonjol ialah kesalahan bahasa pada papan tanda. Isu ditimbulkan oleh Muhammadin et al. (2018). Misalnya kesalahan bahasa Melayu dalam konteks perniagaan dapat dilihat dalam contoh berikut: (a) Restoran Makang Sekak-sekak Nok; (b) Mee Goreng RM1.90 Mok Kite Marah Jual Mahal; (c) D'warung Udang Galah Power; (d) Best Trade; (e) Kedai Jahitan Aziz; (f) Perabut Jati; (g) Dobi Din; (h) Isma Nasi Ayam (Muhammadin et al., 2018). Berdasarkan contoh (a-h), kesalahan bahasa dalam papan tanda perniagaan dapat dikenal pasti melalui penggunaan loghat setempat, penggunaan bahasa bercampur (bahasa rojak), penggunaan istilah yang tidak tepat dan struktur ayat yang tidak gramatis (Muhammadin et al., 2018). Situasi ini berlaku kerana sikap sesetengah pihak peniaga sering mengabaikan peraturan yang telah ditetapkan oleh kerajaan negeri menyebabkan penggunaan bahasa Melayu pada papan tanda premis perniagaan masih belum mencapai tahap yang memuaskan (Muhammadin et al., 2018).

Berdasarkan contoh (a-b), penggunaan loghat setempat dalam papan tanda perniagaan seperti 'Restoran Makang Sekak-sekak Nok' dan 'Mee Goreng RM1.90 Mok Kite Marah Jual Mahal' menunjukkan pengaruh kuat dialek tempatan. Muhammadin et al. (2018) menyatakan bahawa pengaruh penggunaan loghat setempat ini amat berleluasa digunakan pada papan tanda premis perniagaan di sekitar Bandaraya Terengganu. Contohnya 'restoran makang sekak-sekak nok' membawa maksud makan setakat yang dikehendaki manakala 'mee goreng RM1.90 mok kite marah jual' membawa maksud 'mee goreng RM1.90 mak kita marah jual mahal (Muhammadin et al., 2018). Kajian ini sejajar dengan pandangan mengenai teori analisis kesalahan dan kesilapan bahasa yang menyatakan bahawa kesalahan bahasa berlaku disebabkan oleh kesilapan intralingual melibatkan kesilapan bentuk atau pola perkataan, dan penambahan fonem di belakang suku kata misalnya 'makan' menjadi 'makang' iaitu penambahan fonem /g/. Walaupun penggunaan loghat setempat ini menggambarkan identiti budaya tempatan, penggunaan loghat ini boleh menyebabkan kesulitan dalam pemahaman bagi mereka yang tidak biasa dengan dialek tersebut. Kesalahan ini barangkali boleh menjejaskan kesantunan bahasa dalam konteks perniagaan yang melibatkan pembeli di luar konteks sesuatu bahasa dan budaya tertentu. Selain itu, penggunaan bahasa rojak juga jelas dapat dilihat, terutamanya dalam kalangan pemilik premis perniagaan seperti yang ditunjukkan dalam contoh (c): D'warung Udang Galah Power.

Kajian Muhammadin et al. (2018) mendapati bahawa banyak papan tanda perniagaan mengandungi penggunaan bahasa bahasa rojak, iaitu gabungan antara bahasa Melayu dengan elemen bahasa Inggeris seperti dalam data (c). Coder (Muhammadin et al., 2018) yang menyenaraikan beberapa kategori kesilapan yang sering dilakukan, antaranya ejaan, tanda bacaan, struktur ayat, kesalahan tatabahasa, kekeliruan atau salah guna perkataan, simpulan bahasa, bahasa ringkas, pemendekan, ayat bergantung, bahasa yang tidak standard, pengulangan, ujaran yang kaku dan tidak bermakna, serta kecuaiian. Secara umumnya, kesalahan ini bukan sahaja menimbulkan kekeliruan tetapi juga mencerminkan penggunaan bahasa yang kurang professional dalam bidang perniagaan. Dapatan ini menimbulkan persoalan apakah hal ini menggambarkan ketidaksantunan berbahasa dalam kalangan peniaga? Walaupun tiada kajian kualitatif yang mengkaji penstriman langsung, kajian-kajian yang berkaitan dengan kesantunan berbahasa tetap relevan untuk meneliti penerapan kesantunan bahasa dalam media sosial. Dapatan kajian lepas ini menunjukkan bahawa kesalahan bahasa merupakan aspek yang dominan

berlaku dalam perniagaan. Oleh itu, bahasa yang tepat perlulah digunakan bagi mencerminkan profesionalisme perniagaan tersebut.

Instrumen dan Metod Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan reka bentuk kajian kes. Subjek kajian merupakan seorang peniaga tunggal, iaitu Dato' Alha Alfa, yang menjalankan perniagaan kosmetik melalui penstriman langsung di platform TikTok. Pemilihan subjek dibuat secara persampelan mudah atas beberapa justifikasi berikut: (a) Jelas dan Fasih dalam Bahasa Melayu: Dato' Alha Alfa menggunakan sebutan dan pertuturan bahasa Melayu yang jelas, memudahkan proses pengecaman dan transkripsi ujaran. Ini penting agar analisis kesantunan dapat dijalankan dengan tepat tanpa kekeliruan dialek atau slang yang sukar difahami; (b) Konteks Perniagaan Berkaitan: Subjek aktif mempromosikan produk kecantikan dalam sesi TikTok Live, bersesuaian dengan fokus kajian terhadap komunikasi peniaga-pelanggan. Kandungan siaran langsung beliau berkait rapat dengan interaksi jual beli sebenar, lengkap dengan demonstrasi produk dan sesi soal jawab bersama penonton; (c) Pengaruh dan Jumlah Pengikut: Sehingga 19 Januari 2025, subjek mempunyai sekitar 987 ribu pengikut di TikTok. Bilangan pengikut yang tinggi menunjukkan penstriman langsung beliau menerima sambutan yang luas, melibatkan ribuan penonton setiap kali bersiaran. Ini memberikan konteks audiens yang besar dan pelbagai, di mana aspek kesantunan berbahasa menjadi lebih kritikal kerana interaksi disaksikan secara umum.

Kaedah pengumpulan data

Pengkaji menjalankan pemerhatian penuh ke atas lima sesi penstriman langsung TikTok yang dikendalikan oleh Dato' Alha Alfa. Pemerhatian dibuat secara non-intrusive dengan menyelidik menyamar sebagai penonton biasa supaya perjalanan komunikasi berlangsung secara semula jadi tanpa dipengaruhi kehadiran penyelidik. Semua sesi penstriman langsung yang dipilih berlangsung dalam jangka masa lima hari berturut-turut (20 hingga 25 April 2024) bagi memastikan kesinambungan interaksi dan konsistensi data. Setiap sesi penstriman direkodkan menggunakan perakam video digital bagi tujuan dokumentasi dan analisis terperinci. Secara keseluruhan, lima sesi berjaya dirakam, dengan jumlah durasi sekitar 20 jam kandungan video. Setiap sesi berdurasi lebih kurang empat jam, seiring dengan kebiasaan penjual melakukan penstriman panjang untuk melayani sebanyak mungkin pertanyaan pelanggan secara langsung. Rakaman dilakukan dalam tempoh dua hari intensif: tiga sesi pada hari pertama (12 jam) dan dua sesi pada hari kedua (8 jam). Prosedur analisis video penstriman yang diperoleh seterusnya ditranskripsi sepenuhnya ke bentuk teks untuk dianalisis. Kajian ini menggunakan pendekatan Analisis Perbualan (Conversation Analysis) seperti yang disarankan oleh Liddicoat (2011) bagi memastikan butiran linguistik dan paralinguistik penting direkodkan. Dalam proses transkripsi, penanda tertentu digunakan untuk menunjukkan intonasi dan perlakuan bukan verbal (*Jadual 1*).

Jadual 1. Simbol yang digunakan untuk menganalisis data.

Simbol	Huraian
:	panjang (biasanya panjang pada huruf vokal)
:::	sangat Panjang
?	soalan (intonasi meningkat)
.	kenyataan (intonasi menurun)
'	intonasi yang sedikit meningkat, ada kalanya juga apabila mendengar sesuatu yang tidak lengkap.....

(°)	percakapan yang perlahan.
▼	nada rendah
▲	nada tinggi
(0.5)	tempoh masa pemberhentian
[X]	pergerakan mata
ffff	posisi ke depan
bbbb	posisi mengundur

Sumber: Liddicoat (2011)

Berdasarkan *Jadual 1*, dipaparkan contoh bagi data ujaran yang dianalisis menggunakan analisis dokumen Liddicoat (2011) (*Jadual 2*). Penggunaan sistem notasi ini membantu dalam mengenal pasti bukan sahaja tutur kata, tetapi juga unsur bukan verbal yang menyertai ujaran sopan seperti senyuman, anggukan, atau gerakan tangan memberi salam yang turut menyumbang kepada makna kesantunan. Setelah transkripsi disediakan, data ujaran dianalisis dengan meneliti konteks setiap ujaran dan mengenal pasti strategi kesantunan yang digunakan berdasarkan kategori dalam Teori Brown dan Levinson (1987). Setiap contoh ujaran yang memperlihatkan ciri kesantunan dikodkan dan dikategorikan; misalnya, tutur kata yang mengandungi pujian atau sapaan mesra dikodkan sebagai strategi kesantunan positif, manakala ujaran berupa permohonan maaf atau pertanyaan izin dikodkan sebagai strategi kesantunan negatif. Proses penganalisan melibatkan perbandingan antara penanda linguistik yang ditemui dengan definisi konsep kesantunan menurut Brown & Levinson, di samping merujuk kesesuaian dalam budaya tempatan. Dapatan kualitatif kemudiannya diinterpretasi dan dibincangkan bagi menjawab objektif kajian.

Jadual 2. Analisis dokumen.

Deskripsi
▲▲▲Nampak tak kaka:::k?' ffff Oka:::y (0.5) Thankyo:u kakak share live kita kaka:::k bbbb ▲▲▲Nah inilah waktunya: untuk kita: letak shimmer. Kaka:k tengok shimmer dia tau:. Kaka:k tengok shimmer dia: [X_____].
▲Kaka:k cantiknya: (0.5). Nampak ta:::k?' Nampak ta:k colour dia:::?' (0.5) Nampak tak tu:::?' Tengok sini lagi: (°)0..5). Tengok ni e:h (°).

Sumber: Liddicoat (2011)

Kerangka teori Kesantunan Brown & Levinson

Teori kesantunan oleh Brown dan Levinson (1987) merupakan salah satu teori pragmatik yang berpengaruh dalam memahami bagaimana penutur menyesuaikan bahasa mereka untuk menjaga keharmonian sosial. Teori ini berasaskan konsep face atau air muka, iaitu citra diri yang ingin dipertahankan oleh setiap individu dalam interaksi sosial (Brown dan Levinson, 1987; Goffman, 1967). Menurut Brown dan Levinson (1987), setiap individu memiliki air muka positif dan air muka negatif. Air muka positif merujuk kepada keinginan seseorang untuk disenangi, diterima dan dihargai oleh orang lain. Manakala air muka negatif merujuk kepada keinginan untuk dihormati autonominya, tidak diganggu, dan bebas daripada paksaan atau tuntutan orang lain. Ketika berkomunikasi, penutur akan berusaha mengimbangi kedua-dua jenis air muka ini, baik air muka penutur sendiri mahupun air muka pendengar melalui pelbagai strategi bahasa. Brown dan Levinson (1987) mengemukakan empat strategi kesantunan utama yang dipilih penutur bergantung pada konteks dan tahap ancaman kepada air muka: kesantunan positif, kesantunan negatif, berterus terang secara langsung (bald on-record), dan kesamaran atau sindiran (off-record). Dalam situasi di mana penutur ingin mengekalkan keharmonian dan menjalin hubungan mesra, strategi

kesantunan positif lazim digunakan. Strategi kesantunan positif bertujuan memenuhi air muka positif pendengar, iaitu membuat pendengar berasa dihargai dan disukai. Contohnya termasuk menggunakan sapaan mesra atau gelaran kekeluargaan contohnya 'kakak' dan 'abang' bagi menunjukkan keakraban, memberikan pujian atau penghargaan, dan menunjukkan minat terhadap pendengar (Brown dan Levinson, 1987). Dengan kata lain, penutur berusaha mewujudkan suasana inklusif dan rapat, seolah-olah mereka berada dalam satu kumpulan yang sama

Sebaliknya, strategi kesantunan negatif bertujuan untuk menjaga air muka negatif iaitu menghormati hak pendengar untuk tidak terganggu atau dipaksa. Strategi ini dicirikan oleh ungkapan-ungkapan yang menunjukkan kesopanan formal, penghormatan, dan jarak sosial yang sesuai. Antara taktik kesantunan negatif adalah menggunakan kata sapaan atau panggilan hormat. Contohnya 'Encik, Cik, Tuan dan Puan' menggunakan kata ganti nama diri formal seperti 'saya' berbanding aku yang lebih kasual. Seterusnya, membuat permintaan secara tidak langsung atau bentuk soalan. Contohnya, "Boleh tak...", serta menyisipkan permohonan maaf atau ucapan terima kasih apabila perlu (Brown dan Levinson, 1987). Penggunaan bahasa yang lebih formal dan berhati-hati ini menunjukkan penutur tidak mahu memaksa pendengar atau mengambil hak pendengar untuk memilih, justeru meminimumkan ancaman kepada air muka negatif pendengar. Di samping dua strategi utama tersebut, Brown dan Levinson turut menjelaskan bahawa penutur kadangkala boleh berterus terang secara langsung tanpa strategi kesantunan jika mesej yang disampaikan dianggap perlu disegerakan atau risiko menyinggung perasaan adalah rendah. Dalam situasi sedemikian, penutur memberi arahan atau kenyataan secara terus terang tanpa berbasa-basi. Sebaliknya, strategi off-record merujuk kepada cara bertutur yang tersirat atau berkias, contohnya menggunakan petunjuk tidak langsung atau sindiran, dengan harapan pendengar menangkap maksud tanpa penutur perlu menyatakannya secara eksplisit. Strategi off-record biasanya digunakan untuk mengelakkan tanggungjawab langsung ke atas sesuatu ujaran, namun dalam komunikasi perniagaan penstriman langsung, strategi ini mungkin kurang digunakan kerana kejelasan maklumat adalah penting.

Pemilihan strategi kesantunan dipengaruhi oleh faktor seperti hubungan sosial antara penutur dan pendengar, jarak sosial, kuasa atau status, serta tahap keseriusan topik (Brown dan Levinson, 1987). Dalam perniagaan penstriman langsung di TikTok, penjual dan pembeli selalunya mempunyai hubungan sosial yang unik, dan mereka mungkin tidak saling mengenali secara peribadi, tetapi interaksi berlangsung dalam suasana santai yang disaksikan oleh orang ramai secara maya. Misalnya penjual dalam kajian ini, Dato' Alha Alfa perlu mengimbangi peranan sebagai hos yang mesra dan dapat menghiburkan penonton, pada masa yang sama mengekalkan profesionalisme sebagai peniaga. Oleh itu, strategi kesantunan yang digunakan dijangka bervariasi antara pendekatan mesra (positif) dan sopan hormat (negatif), bergantung kepada situasi percakapan. Kerangka Brown dan Levinson wajar untuk analisis kajian ini kerana teori yang bersifat universal dan telah diaplikasikan dalam pelbagai budaya dan medium komunikasi, termasuklah komunikasi digital (Suerni, 2024; Rahmawati, 2022; Maros dan Rosli, 2017). Dengan mengaplikasikan teori tersebut, kajian ini dapat mengenal pasti bentuk-bentuk ujaran dalam TikTok Live yang memenuhi ciri kesantunan serta menjelaskan fungsinya dari sudut menjaga air muka semua pihak terlibat.

Dapatan dan Perbincangan Kajian

Strategi kesantunan positif dalam interaksi TikTok Live

Hasil analisis menunjukkan Dato' Alha Alfa kerap menggunakan strategi kesantunan positif untuk mewujudkan suasana mesra dan keakraban dengan penonton. Antara strategi positif yang dikenal pasti termasuklah penggunaan sapaan kekeluargaan, pujian secara terbuka, ucapan terima kasih, serta libat urus yang menggalakkan penonton bersama-sama terlibat dalam perbualan.

Sapaan mesra dan gelaran kekeluargaan

Dalam setiap sesi penstriman langsung, subjek memulakan interaksi dengan memberikan salam dan sapaan mesra kepada penonton. Beliau kerap mengucapkan "Assalamualaikum semua::: ooo ffff" atau "ffff Selamat sejahtera semua:::" pada awal siaran sebagai tanda hormat dan ucapan selamat datang. Ucapan salam ini menggambarkan penghormatan terhadap audiens yang beragama Islam (assalamualaikum) di samping inklusiviti kepada penonton pelbagai latar belakang (selamat sejahtera digunakan secara umum) (Sultan dan Norazhar, 2022). Menariknya, Dato' Alha Alfa juga menggunakan sapaan tidak formal seperti "Ha:::i £/~ BH, apa khaba:::r (0.5)?" dalam nada ceria untuk menghidupkan suasana santai. Meskipun "ha:::i £/~ BH" dianggap sebagai ungkapan sapaan ringkas dan kurang formal (Hassan, 2013), penggunaannya di sini berfungsi sebagai alat menceriakan interaksi dan menunjukkan personaliti mesra penutur (Sultan dan Norazhar, 2022). Beliau turut menggunakan gelaran kekeluargaan seperti "kakak" atau "adik" ketika merujuk kepada penonton tertentu, misalnya "Terima kasih share live kita, kakak!". Penggunaan kata sapaan kekeluargaan ini ialah strategi kesantunan positif yang mengakrabkan hubungan penjual-pembeli – penonton berasa disapa secara peribadi dan mesra seolah-olah sebahagian daripada komuniti penjual. Taktik ini sejajar dengan pemerhatian Brown dan Levinson (1987) bahawa penggunaan penanda kelompok (in-group identity markers) seperti gelaran keluarga dapat meningkatkan rasa kebersamaan dan memuaskan air muka positif pendengar.

Pujian dan penghargaan terhadap penonton

Dato' Alha Alfa kerap melontarkan pujian atau kata-kata positif sebagai salah satu cara memikat hati penonton. Sebagai contoh, apabila melihat salah seorang penonton yang menjadi model solekan, beliau mengungkapkan "Cantiknya kakak ni:::!" [X__]" atau "Kakak ooo nampak awet muda lepas pakai produk ini:. [X__] (0.5)" Ujaran pujian sedemikian merupakan strategi kesantunan positif yang jelas, kerana penutur berusaha memenuhi air muka positif pendengar dengan menunjukkan penghargaan (Brown dan Levinson, 1987). Pujian tidak semestinya ditujukan hanya kepada individu tertentu; subjek juga memuji penontonnya secara umum, contohnya: "Bagusnya::: £/~ cccc pandai kakak-kakak semua pilih shade foundation yang sesuai. ooo ffff" Ucapan ini bukan sahaja membuat penonton berasa dihargai dan disanjung, tetapi juga menggalakkan interaksi lanjut kerana penonton merasakan suasana yang positif dan menyeronokkan. Dalam budaya Melayu, memberikan pujian dengan niat ikhlas dianggap satu budi bahasa yang mulia, selagi ia tidak berlebihan sehingga dianggap sindiran (Beden dan Zahid, 2015). Dato' Alha Alfa dilihat berhati-hati untuk memuji pada kadar yang sesuai, sekadar mengiktiraf kebaikan penonton atau kecantikan hasil

solekan, tanpa kelihatan tidak ikhlas. Hal ini penting agar pujian diterima sebagai motivasi atau penghargaan tulen, bukan semata-mata strategi jualan.

Ucapan terima kasih dan apresiasi

Satu lagi bentuk kesantunan positif yang ketara ialah kekerapan penutur mengucapkan terima kasih atas kerjasama dan sokongan penonton. Sepanjang sesi penstriman, Dato' Alha Alfa kerap mengucapkan "Terima kasi:::h ccc (0.5)" ataupun "Tha:::nks" (kadang-kala percampuran kod berlaku dengan penggunaan perkataan Inggeris "thanks"). Contohnya, apabila penonton menghantar hadiah maya (TikTok gift) atau membantu mempromosikan siaran dengan menekan butang "share" dan "like", beliau akan berkata "ffff Thank yo:::u, terima kasih yang bagi gift tu:::, sayang-sayang semua:::ccc (0.5) bbbb!". Ucapan terima kasih ini memenuhi dua tujuan: (1) sebagai tanda penghargaan yang tulus atas tindakan penonton, dan (2) sebagai strategi kesantunan positif yang mengeratkan hubungan mesra. Menurut ajaran dan budaya tempatan, mengucapkan terima kasih adalah amalan kesantunan yang dituntut-seseorang yang menerima pemberian atau bantuan wajar menyatakan penghargaan agar pemberi berasa dihargai (Al-Aqsar, 2005). Dalam analisis data, ungkapan terima kasih disampaikan oleh subjek dengan nada gembira, kadang-kala disertai tepukan tangan kecil atau senyuman lebar (penanda bukan verbal ini dicatat dalam transkrip sebagai ccc untuk tepukan). Ini menandakan emosi kegembiraan dan keikhlasan Dato' Alha Alfa ketika berterima kasih, sekaligus memancarkan vibe positif kepada seluruh penonton. Dari sudut Teori Brown & Levinson, mengucapkan terima kasih adalah cara memberi "hadiah" kepada pendengar dalam bentuk pujian atau penghargaan, yang memperkukuh air muka positif mereka.

Melibatkan penonton dalam perbualan (kesepakatan)

Strategi kesantunan positif turut terlihat apabila penjual berusaha melibatkan penonton secara aktif dalam sesi tersebut. Dato' Alha Alfa kerap mengajukan soalan terbuka kepada penonton, contohnya "Oka:y, siapa pernah cuba lipmatte shade Daffodil? Apa beza Daffodil dengan Moonflowe:r, ada yang tahu?" [X___]?". Soalan sedemikian menggalakkan penonton untuk memberi maklum balas atau berkongsi pengalaman masing-masing. Dari perspektif kesantunan positif, tindakan ini menunjukkan penutur menghargai pendapat dan pengetahuan pendengar, lantas memenuhi keinginan air muka positif pendengar untuk diakui dalam perbualan. Bahkan apabila penonton tidak segera menjawab, penutur akan menyambung dengan nada mengajak, seperti "Meh share sikit pengalaman kora:ng (0.5), kita sembang-semba:::ng [X___] ffff." Penggunaan kata ganti nama informal "kora:ng" (kamu semua) di sini walaupun kurang formal, berfungsi mempererat rasa kekitaan dalam kalangan komuniti penonton (Maslida, 2018). Strategi melibatkan penonton ini bertepatan dengan konsep seek agreement dan inclusive mood dalam kesantunan positif (Brown dan Levinson, 1987), di mana penutur cuba mewujudkan kesepakatan pendapat atau sekurang-kurangnya menunjukkan minat terhadap apa yang mungkin disumbangkan pendengar. Hasilnya, penonton merasakan diri mereka bukan sekadar pemerhati pasif, tetapi sebahagian daripada dialog, lalu hubungan penjual-pembeli menjadi lebih akrab.

Strategi kesantunan negatif dalam interaksi TikTok Live

Di sebalik suasana santai yang mesra, Dato' Alha Alfa juga menunjukkan strategi kesantunan negatif dalam bahasa tuturnya, terutamanya apabila berhadapan dengan situasi yang memerlukan sikap lebih formal atau berhati-hati. Strategi ini penting untuk memastikan penonton dihormati dan tidak berasa tertekan atau tersinggung, terutamanya dalam konteks perniagaan di mana pelanggan perlu dilayan dengan sopan setiap masa.

Penggunaan kata ganti nama diri dan sapaan hormat

Kajian mendapati subjek konsisten menggunakan kata ganti nama diri pertama "saya" apabila merujuk diri sendiri sepanjang penstriman, berbanding kata "aku" yang kedengaran terlalu kasar atau akrab dalam situasi perniagaan. Kata "saya" sememangnya dianggap kata ganti nama yang bersifat honorifik dalam bahasa Melayu, menandakan rasa hormat penutur kepada pendengar (Sariyan, 2007; Omar, 1993). Sebagai contoh, Dato' Alha Alfa menyatakan "Saya: akan tunjuk satu-persatu warna foundation ya:::ffff " bukannya "Aku: akan tunjuk...". Penggunaan konsisten "saya" membantu mengekalkan nada profesional dan sopan, memandangkan audiens beliau merangkumi pelbagai peringkat umur dan status. Dari sudut Brown dan Levinson (1987), ini jelas merupakan strategi kesantunan negatif-penutur menjaga air muka negatif pendengar dengan berbahasa hormat dan tidak mengambil mudah hubungan meskipun suasana interaksi mesra. Selain itu, Dato' Alha Alfa kerap menggunakan panggilan hormat atau gelaran seperti "Cik" apabila menjawab soalan penonton tertentu (apabila mengetahui nama penonton perempuan yang lebih muda, beliau menyebut "Cik + [nama]"), dan "Encik/Tuan" jika ada penonton lelaki yang lebih dewasa bertanya soalan. Contohnya, "Bai:k (0.5), soalan dari Cik Aina: shade mana sesuai untuk kulit sawo matang?" (0.5) Oka:::y, untuk Cik Aina:, saya cadangkan...". Panggilan "Cik" di sini menunjukkan deferens dan tata krama, meskipun platform yang digunakan adalah media sosial santai. Strategi ini adalah sejajar dengan kesantunan negatif kerana penutur memberikan penghormatan formal, sekali gus mengakui hak pendengar untuk dilayan secara beradab. Penggunaan "Encik" atau "Tuan" agak jarang kerana majoriti penonton adalah wanita, namun prinsip yang sama terpakai – subjek bersedia menggunakan sapaan formal apabila sesuai demi mengekalkan kesantunan.

Kesantunan melalui permintaan dan pertanyaan tidak langsung

Dalam menjual produk, ada ketikanya penjual perlu membuat permintaan kepada penonton, contohnya mengajak mereka berkongsi siaran atau menekan pautan pembelian. Dato' Alha Alfa memilih frasa tidak langsung dan bersifat pertanyaan untuk tujuan ini, berbanding arahan tegas. Sebagai contoh, beliau sering berkata "Boleh ta:k tolong share live kita, sayang-saya:ng?" Boleh ya:?" " berbanding ayat perintah seperti "Tolong share live ini sekarang." Frasa "boleh tak...?" ialah struktur pertanyaan yang secara konvensional digunakan dalam bahasa Melayu untuk membuat permintaan sopan. Ia sejenis bentuk indirect request yang memberi ruang kepada pendengar untuk merasa tidak dipaksa (Rahman dan Hassan, 2019). Ini adalah manifestasi jelas strategi kesantunan negatif: penutur meminimumkan paksaan ke atas pendengar dengan mengubah suruhan menjadi soalan. Malah, subjek sering menambah kata "ya" atau "okay tak" di hujung pertanyaan seolah-olah meminta persetujuan, contohnya "Lepas ni: (0.5) kita sambung demo produk lain pula, okay tak tu:::?" ffff ". Ungkapan "okay tak tu:::?" " menyerupai memeriksa kesediaan atau persetujuan penonton sebelum

meneruskan tindakan seterusnya. Tindakan ini menghantar isyarat bahawa penutur menghormati pendapat dan kesejahteraan pendengar-satu elemen penting dalam menjaga air muka negatif mereka (Brown dan Levinson, 1987). Dalam situasi perniagaan langsung, hal ini juga berfungsi sebagai engagement agar penonton merasa diambil kira pandangannya, sekali gus mengurangkan jurang antara penjual dengan pelanggan.

Permohonan maaf atas kekurangan

Tidak dapat dielakkan, terdapat situasi di mana produk yang dipromosi kehabisan stok atau terdapat kekeliruan semasa sesi live. Dalam hal ini, Dato' Alha Alfa tangkas menggunakan ungkapan maaf untuk meredakan kekecewaan penonton. Contohnya, apabila satu jenama maskara habis terjual sebelum sempat dijelaskan sepenuhnya, beliau berkata dengan nada kesal: “Ya Alla:::h ffff, penat-pena:t ja Dato' demo tadi: [X___] (0.5), [minta maaf ya: kakak-kaka:::k BH, mascara Doll Eye kita dah sold out pula:.] ” Ungkapan “minta maaf ya:” ini diulang beberapa kali apabila beliau merasakan perlu, contohnya jika ada pertanyaan penonton yang terlepas pandang, beliau akan menyela dengan “O:h terlepas ffff, minta maa:f, okay soalan tadi:::..”. Memohon maaf secara langsung demikian merupakan strategi kesantunan negatif yang amat penting, kerana ia melambangkan kerendahan diri penutur dan kesediaan mengakui kesilapan atau kekurangan (Effendy, 2011). Menurut Brown & Levinson, menggunakan permohonan maaf adalah salah satu teknik mengekalkan air muka negatif pendengar: penutur mengakui potensi tergugatnya air muka pendengar (contohnya mungkin pendengar kecewa kerana barang habis) dan segera berusaha memulihkannya dengan permohonan maaf. Dalam budaya Melayu, sikap meminta maaf dianggap cerminan budi pekerti yang tinggi-menunjukkan bahawa seseorang tidak ego atau sombong, dan menghormati orang lain (Hassan dan Zailani, 2019; Effendy, 2011). Dato' Alha Alfa mengamalkan hal ini dengan konsisten; setiap kali berlaku perkara di luar jangka yang mungkin mengecewakan pelanggan, beliau pantas merendahkan diri memohon kemaafan. Tambahan lagi, berdasarkan pemerhatian, ungkapan maaf beliau sering disertai bahasa bukan lisan seperti sedikit tunduk atau mata yang redup (dalam transkrip, tindakan menundukkan badan ke arah kamera ditandai ffff, dan menundukkan pandangan mata ditandai [X]). Ini memperkuat keikhlasan permohonan maaf tersebut dan memulihkan keyakinan penonton terhadap integriti penjual.

Pernyesuaian gaya bahasa dengan situasi

Strategi kesantunan negatif juga terlihat melalui kepekaan subjek menyesuaikan tahap kesopanan mengikut konteks perbualan. Ada kalanya, sewaktu menjawab soalan yang agak teknikal atau serius, Dato' Alha Alfa mengubah nada suara menjadi sedikit lebih formal dan memperincikan jawapan dengan teratur. Misalnya, apabila ditanya tentang perbezaan kandungan bahan dua produk, beliau menjawab dengan struktur yang tersusun: “ffff Untuk soalan Puan Zahira:, produk A mengandungi bahan X yang sesuai untuk kulit ker:ng, manakala produk B: ada bahan Y yang lebih sesuai untuk kulit kombinasi. (0.5) Jadi:[X___] cccc , sebenarnya kedua-dua ada kelebihan masing-masing. bbbb” Dalam jawapan tersebut, bukan sahaja panggilan hormat “Puan” digunakan, malah nada dan pilihan kata bersifat lebih formal (menghindari penggunaan bahasa pasar atau slanga). Pendekatan ini menandakan penutur menganggap soalan tersebut serius dan audiens berhak mendapat jawapan profesional-sekali lagi menjaga air muka negatif dengan menunjukkan penghormatan dan kesungguhan. Apabila beralih

topik kembali kepada jualan santai, gaya bahasa menjadi semula ceria dan longgar. Fleksibiliti gaya ini menunjukkan kebolehan penutur menyeimbangkan kesantunan positif dan negatif mengikut keperluan interaksi. Dalam konteks kesantunan menurut Brown & Levinson, hal ini selari dengan konsep contextual appropriateness-penutur memilih tahap kesantunan berdasarkan penilaian situasi, yang mana Dato' Alha Alfa ternyata cekap melakukannya demi memastikan kedua-dua jenis air muka (positif dan negatif) terpelihara sepanjang masa.

Perbincangan umum dapatan

Secara keseluruhannya, dapatan kajian menunjukkan peniaga penstriman langsung seperti Dato' Alha Alfa menggabungkan pelbagai strategi kesantunan secara serentak untuk mengekalkan komunikasi yang efektif dan harmonis dengan pelanggan dalam talian. Pola penggunaan bahasa yang dikenal pasti mencerminkan ciri-ciri kesantunan tradisional masyarakat Melayu, walaupun platform komunikasi adalah moden dan interaktif. Pertama, strategi kesantunan positif yang dominan membantu membina rapor (hubungan baik) antara penjual dan penonton. Sapaan mesra, penggunaan gelaran kekeluargaan, serta pujian dan penghargaan menjadikan penonton berasa dekat dengan penjual. Ini penting dalam perniagaan penstriman langsung kerana hubungan yang mesra boleh meningkatkan kepercayaan pelanggan dan kecenderungan mereka untuk berinteraksi atau membeli produk. Dato' Alha Alfa memanfaatkan platform TikTok yang bersifat interaktif dengan mewujudkan suasana seolah-olah satu komuniti atau keluarga besar sedang menonton demonstrasi produk bersama-sama. Konsep ini sejajar dengan elemen komuniti atas talian di mana engagement merupakan kunci kejayaan siaran langsung. Dari perspektif pemasaran, pendekatan mesra ini boleh dilihat sebagai strategi personal branding – penjual menampilkan diri sebagai sahabat atau ahli keluarga penonton, bukan semata-mata jurujual, sekali gus mengikis rasa kekok dalam transaksi jual beli.

Kedua, strategi kesantunan negatif yang diaplikasikan secara halus tetapi konsisten memastikan komunikasi kekal beradab dan profesional. Walaupun penonton dianggap rakan, Dato' Alha Alfa tidak melampaui batas kesopanan; beliau tetap menggunakan “saya”, “cik/puan” dan sebagainya, menunjukkan bahawa beliau menghormati setiap pelanggan. Ini amat penting kerana dalam medan komen penstriman langsung, penonton terdiri daripada pelbagai lapisan masyarakat. Ada yang lebih muda, ada yang jauh lebih berusia atau mempunyai pangkat. Dengan mengekalkan penggunaan bahasa hormat secara menyeluruh, penjual mengelakkan risiko merendahkan air muka sesiapa secara tidak sengaja. Tambahan pula, permohonan maaf pantas apabila berlaku masalah (stok habis, soalan terlepas pandang) merupakan langkah bijak mengekalkan kepercayaan penonton. Dalam persekitaran digital, penonton mudah beralih ke saluran lain jika merasa tidak dihargai. Oleh itu, kesantunan negatif dalam bentuk menghormati hak dan perasaan penonton sebenarnya membantu mengekalkan penonton di dalam live tersebut.

Menarik untuk diperhatikan, beberapa ujaran Dato' Alha Alfa mengandungi gabungan strategi kesantunan positif dan negatif serentak. Fenomena ini dikenali sebagai overlapping politeness strategies, di mana satu ekspresi memenuhi pelbagai tujuan kesantunan. Contohnya, sapaan “Assalamualaikum semua, jangan lupa share live kita tau” mengandungi elemen kesantunan positif (salam mesra memenuhi kehendak positif untuk disukai) dan kesantunan negatif (frasa “jangan lupa...tau” sebagai permintaan lembut, bukan arahan terus, yang menghormati pilihan pendengar). Begitu

juga dengan pertanyaan seperti “Okay tak kalau kita beralih ke produk seterusnya?” dari sudut positif, ia mencari kesepakatan (agreement) yang menggembirakan pendengar, sementara dari sudut negatif, ia berfungsi meminta izin atau memastikan pendengar tidak keberatan. Ini menunjukkan bahawa strategi kesantunan tidak semestinya eksklusif; penutur yang mahir boleh merangka ujaran yang multi-dimensi sopannya. Dapatan ini sejajar dengan kesimpulan kajian asal berdasarkan Leech dan Asmah, yang mendapati terdapat pertindihan antara prinsip kesopanan yang berbeza (maksim Leech dan strategi Asmah) dalam satu-satu ujaran. Teori Brown & Levinson, meskipun dibahagikan kepada kategori jelas, dalam praktiknya juga mengakui kemungkinan berlakunya gabungan strategik seperti ini demi memenuhi kehendak situasi.

Dari segi implikasi budaya, penggunaan kesantunan oleh Dato’ Alha Alfa dalam TikTok Live menunjukkan bahawa norma sopan santun Melayu boleh disesuaikan ke dalam medium digital. Walaupun penstriman langsung bersifat spontan dan kadangkala mencabar (kerana reaksi harus segera, kadang-kadang di bawah tekanan jumlah penonton yang ramai), nilai kesantunan seperti menghormati orang lain, bertutur manis, dan merendah diri ternyata masih boleh dipraktikkan. Ini memberikan petunjuk positif bahawa kemajuan teknologi tidak semestinya menghakis budi bahasa, sebaliknya menyediakan platform baharu untuk mengaplikasikannya. Malah, boleh dikatakan kesantunan berbahasa menjadi salah satu faktor penentu kejayaan seseorang peniaga dalam platform sosial – dengan bahasa yang sopan dan menyenangkan, penonton lebih cenderung untuk kekal menonton, berinteraksi, dan seterusnya melakukan pembelian. Penemuan ini selari dengan dapatan Rahmawati (2022) yang menegaskan bahawa strategi kesantunan di media sosial mampu mempengaruhi tanggapan audiens terhadap penutur, dan dengan itu mempengaruhi hubungan sosial dan transaksi yang berlaku secara dalam talian.

Kesimpulan

Kajian ini telah mengupas penggunaan bahasa yang santun oleh Dato’ Alha Alfa dalam konteks perniagaan penstriman langsung di TikTok, dengan menggunakan kerangka teori Brown dan Levinson (1987) sebagai asas analisis. Hasil kajian mengesahkan bahawa peniaga dalam talian mampu mengimbangi strategi kesantunan positif dan negatif secara efektif: kesantunan positif membolehkan penjual mendekati diri dengan pelanggan melalui sapaan mesra, pujian, dan penghargaan; manakala kesantunan negatif memastikan komunikasi kekal sopan dan menghormati batas pendengar melalui penggunaan panggilan hormat, bahasa formal, pertanyaan tidak langsung, dan permohonan maaf apabila wajar. Penerapan kedua-dua bentuk kesantunan ini secara serentak telah mewujudkan interaksi yang harmoni, mesra tetapi tetap profesional antara Dato’ Alha Alfa dan para penontonnya. Dapatan kajian ini konsisten dengan tanggapan bahawa nilai kesantunan tradisional masih relevan dalam komunikasi digital moden. Meskipun berkomunikasi di media sosial cenderung ringkas dan informal, penjual berjaya memelihara budi bahasa dan adaptasi norma kesopanan ke medium baharu. Implikasi praktikal daripada kajian ini adalah signifikan bagi bidang komunikasi dan pemasaran digital: usahawan serta individu yang terlibat dalam penstriman langsung disarankan untuk mengamalkan tutur bahasa yang santun bagi membina imej positif dan hubungan baik dengan audiens. Kesantunan berbahasa terbukti dapat meningkatkan kepuasan penonton atau pelanggan, yang akhirnya menyokong matlamat perniagaan dari segi pengekalannya penonton dan potensi jualan. Di

samping itu, dari perspektif sosiolinguistik, kajian ini membuktikan bahawa teori kesantunan Brown & Levinson dapat diaplikasikan dalam konteks budaya Melayu dan platform teknologi semasa, dengan beberapa penyesuaian kecil mengikut kesesuaian konteks. Sebagai kesimpulan, kesantunan berbahasa dalam penstriman langsung TikTok bukan sahaja mencerminkan adaptasi etika komunikasi dalam era digital, tetapi juga menonjolkan kesinambungan nilai murni dalam masyarakat sekalipun medium dan cara penyampaian berubah. Kajian ini diharapkan dapat menjadi perintis kepada penyelidikan lanjut berkenaan kesantunan dan pragmatik dalam komunikasi digital yang kian berkembang pesat. Penyelidikan masa hadapan boleh memperluas skop dengan membandingkan strategi kesantunan antara pelbagai platform (seperti TikTok vs. Instagram Live) atau meninjau perspektif pendengar/pelanggan terhadap kesantunan penjual. Dengan bertambahnya interaksi secara maya, pemahaman mendalam tentang kesantunan berbahasa di medium ini akan semakin penting demi memupuk ekosistem komunikasi digital yang positif, beradab dan inklusif.

Penghargaan

Kajian ini dibiayai oleh pengarang.

Konflik Kepentingan

Pengarang mengesahkan bahawa tiada konflik kepentingan melibatkan mana-mana pihak dalam kajian penyelidikan ini.

RUJUKAN

- [1] Al-Aqsar, Y. (2005): Personaliti unggul: Menyingkap personaliti orang lain dan teknik pergaulan mahir. – Belian Publications 12p.
- [2] Beden, S., Zahid, I. (2015): Analisis kesopanan berbahasa dalam komponen sastera (KOMSAS): Melunas rindu. – Jurnal Isu dalam Pendidikan 38(2): 235-246.
- [3] Brown, P., Levinson, S.C. (1987): Politeness: Some universals in language usage. – Cambridge University Press 142p.
- [4] Effendy, T. (2011): Kesantunan dan semangat melayu. – Tenas Effendy Foundation 37p.
- [5] Ghazali, S.N., Yusof, A., Sarudin, A., Ismail, M.S. (2023): Kesantunan berbahasa pelajar sekolah menengah menerusi media sosial. – Jurnal Penyelidikan Dedikasi 21(2): 1-33.
- [6] Goffman, E. (1967): Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior. – Pantheon 110p.
- [7] Hassan, H. (2013): Ucapan selamat, ungkapan anomali namun dimengerti dalam komunikasi. – Jurnal Bahasa 13(2): 259-272.
- [8] Hassan, W.S.F., Zailani @ Ahmad, S. (2019): Strategi dan panduan kesantunan bahasa menurut perspektif Islam. – Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam 41(1): 117-124.
- [9] Leech, G.N. (1983): Principles of pragmatics. – Longman 13p.
- [10] Liddicoat, A.J. (2011): An introduction to conversation analysis. – Continuum International Publishing 53p.
- [11] Long, J., Sabran, R., Hamid, S. (1990): Perkaedahan pengajaran bahasa malaysia. – Fajar Bakti 356p.
- [12] Maros, M., Rosli, L. (2017): Politeness strategies in Twitter updates of female english language studies malaysian undergraduates. – Southeast Asian Journal of English Language Studies 23(1): 132-149.

- [13] Mudiono, A. (2022): Teaching language politeness through social media for the elementary school students. – *Eurasian Journal of Applied Linguistics* 8(3): 32-44.
- [14] Muhammadin, M., Kamaruddin, R., Sha'ri, S.N. (2018): Penggunaan bahasa Melayu pada papan nama premis perniagaan di sekitar bandaraya Kuala Terengganu. – *International Journal of the Malay World and Civilisation* 6(1): 41-50.
- [15] Mustafa, S.E., Hamzah, A. (2015): Media sosial: Tinjauan terhadap laman jaringan sosial dalam talian tempatan. – *Jurnal Pengajian Media Malaysia* 12(2): 37-52.
- [16] Nair, R.K., Ganatra, V., Kee, D.M.H., Heng, S.W., Mei, H., Huang, C., Doshi, V. (2022): How do social media platforms help to improve business performances during the COVID-19 pandemic? A study of TikTok. – *Journal of The Community Development in Asia* 5(1): 41-53.
- [17] Nordin, M.Z., Ariffin, M.T., Bahari, K.A., Zukhi, M.S.M. (2014): Analisis kesalahan penggunaan bahasa pada papan tanda perniagaan. – *Social and Behavioral Sciences* 134: 330-349.
- [18] Omar, A. (1993): *Nahu melayu mutakhir*. – Dewan Bahasa dan Pustaka 396p.
- [19] Rahman, N.N.A., Hassan, H. (2019): Analisis pragmatik strategi kesantunan dan ketaksantunan berkaitan isu belanjawan sulung negara 2018 dalam Facebook. – *Prosiding Linguistik, Bahasa dan Pendidikan, Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan USM* 9p.
- [20] Rahmawati, R.Y. (2022): Politeness strategies on social media. – *English Didactic* 3(2): 72-81.
- [21] Sariyan, A. (2007): *Santun berbahasa*. – Dewan Bahasa dan Pustaka 90p.
- [22] Soumena, M.F., Suhardi (2023): Analysis of language politeness of social media users on Instagram. – *Britain International of Linguistics Arts and Education Journal* 5(3): 310-315.
- [23] Suerni, S. (2024): Application of politeness theory in digital communication: Impacts and implications for online interactions. – *International Journal of Educational Research Excellence* 3(2): 640-644.
- [24] Sultan, M.F.M., Norazhar, K.F. (2022): Kesantunan berbahasa di laman sosial dalam kalangan pelajar menengah atas: Analisis kesopanan. – *Jurnal Bahasa* 22(1): 129-148.