

# Cuti sekolah, Pearl Harbour dan akhbar

Oleh ABU BAKAR ABDUL JALAL

**B**ERMULANYA cuti sekolah, maka berbondong-bondonglah anak-anak muda membanjiri pusat beli-belah dan pasar raya sama ada bersama ahli keluarga mahupun dengan teman sebaya. Ada antara mereka yang membeli pakaian, menonton wayang atau hanya bersiar-siar sambil berborak kosong. Ketika sedang menunggu ketibaan rakan kongsi perniagaan di sebuah restoran makanan segera di Kuala Lumpur, penulis berkesempatan duduk bersebelahan dengan seorang kanak-kanak Cina bersama bapanya yang sibuk melayan telefon pintarnya.

Kanak-kanak Cina dalam lingkungan umur 8-9 tahun itu sedang menunjukkan kepada bapanya keratan akhbar harian Cina yang dibacanya. Penulis tidak memahami apa yang diperkatakan, namun daripada apa yang kelihatan adalah seperti iklan barangan atau perkhidmatan dalam akhbar Cina tersebut. Perlakuan kanak-kanak itu membaca akhbar harian berbahasa ibundanya mengingatkan zaman penulis membesar dengan membaca rencana serta berita akhbar harian berbahasa Melayu bersama bapa ketika telefon pintar dan internet belum lagi wujud.

Mungkin apa yang diperbualkan oleh kedua-dua anak beranak di restoran makanan segera itu berkaitan jualan murah, iklan pendidikan atau program khas cuti sekolah untuk kanak-kanak. Apa yang penting, akhbar yang dibaca seisi keluarga menjadi pengikat silaturahim, bahan bacaan untuk menanam kecintaan kepada bahasa ibunda selain mengetahui pelbagai peluang dalam perniagaan, pelajaran dan sebagainya. Namun apakah peluang-peluang dalam akhbar berbahasa Cina itu akan dapat dibaca oleh seseorang yang berbangsa Melayu? Bukankah peluang-peluang seperti itu turut diiklankan dalam akhbar harian berbahasa Melayu? Persoalannya adakah generasi muda Melayu membeli dan membaca akhbar harian bahasa mereka sendiri?

Setelah rakan penulis tiba, kami bergerak menuju ke pejabat sebuah syarikat berkaitan kerajaan (GLC) yang terletak berhampiran dengan hanya berjalan kaki. Kami disambut dengan baik dan ditempatkan di sebuah bilik tetamu yang dilengkapi siaran televisyen kabel/satelit, sofa empuk dan dihidangkan dengan beberapa akhbar harian berbahasa Inggeris. Malangnya, sebuah syarikat berkaitan kerajaan yang ditubuhkan untuk membantu orang Melayu dan diterajui oleh orang Melayu langsung tidak menyediakan akhbar



**DUA** pemuda ini asyik membaca akhbar *Utusan Malaysia* dan *Kosmo* semasa hadir pada pembukaan pameran MAHA HPPNK 2014 di MAERPS Serdang, Selangor, baru-baru ini. - UTUSAN/AZLAN ABU BAKAR

berbahasa Melayu di dalam bilik tetamunya. Situasi itu berbeza dengan keluarga Cina tadi yang menyemai semangat cintakan bahasa sendiri dalam kalangan anak-anak mereka melalui pembacaan akhbar harian.

Kebetulan tarikh kunjungan penulis ke pejabat tersebut jatuh beberapa hari selepas ulang tahun ke-73 serangan Tentera Laut Diraja Jepun terhadap Pearl Harbour di Hawaii, Amerika Syarikat (AS). Sambil menantikan perjumpaan dengan pegawai berkenaan, penulis berpeluang menonton sebuah rancangan dokumentari mengenai kesan serangan Pearl Harbour kepada rakyat AS dalam memenangi Perang Dunia Kedua kemudiannya, sekali gus menjadi kuasa besar dunia.

Selepas serangan bersejarah itu, ramai anak muda di AS menyertai pelbagai pasukan pertahanan seperti tentera laut, pengawal pantai dan tentera darat AS. Ketika itu iklan di radio serta akhbar menjadi medium penting komunikasi kepada masyarakat. Peranan akhbar amat penting untuk menanam semangat patriotik dan kesedaran rakyat untuk sama-sama mempertahankan kedaulatan sesebuah negara terutamanya negara yang sedang diancam keselamatannya semasa perang. Adakah kini internet menjadi saluran yang sangat berkesan untuk menanam roh cintakan negara sebagaimana fungsi akhbar harian sebelum ini? Atau media sosial hanya menjadi alat untuk kepentingan anasir-anasir tidak bertanggungjawab menanam sifat kebencian melampau sesama agama dan bangsa?

Dalam ucapan dasar Datuk Seri Najib Tun Razak pada Perhimpunan Agung UMNO baru-baru ini bertajuk Solidariti Melayu Dan Bumiputera, Solidariti UMNO, Soli-

dariti Malaysia, Perdana Menteri ada menyatakan bahawa, "..... menjadi tugas dan tanggungjawab moral kita supaya terus membimbing, melatih, mendidik dan mengasuh generasi muda dan memberi peluang serta diberi tempat yang setimpal dengan kebolehan, keperibadian, menurut penerimaan masyarakat atau organisasi berkaitan." Maka apa yang boleh difahami daripada ayat "....memberi peluang serta diberi tempat yang setimpal..." perlu dikomunikasikan sepenuhnya kepada rakyat dengan pelbagai cara termasuk melalui akhbar dan bukan berharap kepada internet semata-mata. Akhbar harian sejak dahulu sudah berperanan menjadi jambatan antara pihak swasta (peniaga) dengan kerajaan serta orang awam keseluruhannya.

Manakala beberapa hari sebelum ucapan Perdana Menteri itu, Timbalan Perdana Menteri, Tan Sri Muhyiddin Yassin, dalam ucapan beliau ketika merasmikan Perhimpunan Wanita, Pemuda dan Puteri UMNO 2014, ada memetik kajian yang dilakukan oleh Dr. Lee Hwok Aun dan Dr. Muhammed Abdul Khalid pada tahun 2012, yang mendapati bahawa setiap seorang graduan Melayu yang dipanggil temuduga dalam sektor swasta, secara puratanya 5.3 graduan Cina ditemuduga, walaupun mereka mempunyai kelulusan yang sama. Ini bermaksud 1 nisbah 5.

Berdasarkan pemerhatian dan temubual penulis di Lembah Klang sebagai mantan pegawai kebajikan masyarakat serta menetap di kawasan majoriti Cina, salah satu faktor mengapa kaum Cina lebih ditemuduga dalam sektor swasta adalah disebabkan mereka lebih memanfaatkan peranan akhbar harian, sama ada kepada pihak organisasi yang menawarkan pekerjaan mahu-

pun pencari kerja itu sendiri. Malah dewan perniagaan, persatuan pemborong/pengilang, kesatuan guru-guru Cina dan entiti-entiti lain Cina memaksimumkan fungsi akhbar harian untuk kepentingan bangsa mereka. Adakah persatuan, syarikat swasta dan entiti Melayu melakukan perkara yang sama?

Timbalan Perdana Menteri di dalam ucapan yang sama turut menyatakan bahawa; "Namun begitu, 24 tahun selepas pelaksanaan Dasar Ekonomi Baru berakhir, kita kembali mendengar keluh-kesah dan gundah-gulana masyarakat Melayu". Dalam konteks berkaitan pengiklanan pada 2013 misalnya, agensi pengiklanan bumiputera memperoleh "hanya 20 peratus" daripada keseluruhan perbelanjaan pengiklanan (ADEX). Muhyiddin seterusnya berkata; "Saya fikir sudah sampai masanya kita menilai kembali model ekonomi negara kita".

Jika sekali lagi dikaitkan dengan industri pengiklanan dalam negara yang mempunyai kesan langsung dengan akhbar, dalam tahun 2013, angka daripada Nielsen menunjukkan bahawa kurang 10 peratus daripada keseluruhan perbelanjaan pengiklanan (ADEX) syarikat milik kerajaan (GLC) telah disalurkan kepada agensi pengiklanan bumiputera. Mengapa keadaan sebegini masih berlaku?

Masyarakat bumiputera amat mengharapkan tahun 2015 menjadi lebih cerah terutamanya dalam menjadikan akhbar harian berbahasa Melayu sebagai ejen untuk terus membangunkan ekonomi agama, bangsa dan negara, sebagaimana yang telah dibuktikan oleh akhbar bangsa-bangsa lain di dunia. Bukankah dalam akhbar harian berbahasa Melayu terdapat iklan oleh Pejabat Setiausaha Kerajaan Negeri memaparkan peluang memiliki kediaman dan kedai yang dimajukan oleh pemaju swasta, kenyataan tender oleh jabatan-jabatan kerajaan, iklan jawatan kosong serta bermacam-macam maklumat lagi?

Ke manakah haluan graduan dan usahawan Melayu dalam bidang komunikasi, pemasaran, pereka grafik dan multimedia sekiranya lebih banyak syarikat pengiklanan dan akhbar bumiputera tutup atau mufliis? Mungkinkah graduan dan usahawan Melayu ini boleh mencari pekerjaan serta peluang perniagaan di Singapura, Hong Kong atau Beijing jika di negara bangsa sendiri mereka dipinggirkan? Atau mereka harus melupakan terus bahasa ibunda dengan hanya membaca akhbar berbahasa Inggeris?

**PENULIS** ialah mantan pensyarah di Universiti Sains Islam Malaysia, Negeri Sembilan.