

Kedai Mamak Sebagai Platform Kesepaduan Sosial Dalam Konteks Malaysia

Mohd. Fauzi Fadzil^{1*} dan Mohamad Fauzi Sukimi²

¹Institut Pengajian Sains Sosial, Universiti Putra Malaysia, 43400, UPM, Serdang, Selangor Darul Ehsan

²Pusat Pengajian Sosial, Pembangunan Dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial Dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 UKM Bangi, Selangor Darul Ehsan

ABSTRAK

Penulisan ini dilakukan dengan tujuan untuk meneroka peranan kedai mamak sebagai platform kesepaduan sosial dalam konteks hubungan etnik di Malaysia. Sehubungan dengan itu, dua tujuan kajian telah dibentuk untuk mengkaji peranan kedai mamak sebagai platform kesepaduan sosial, iaitu menjelaskan kedudukan kedai mamak sebagai platform kesepaduan sosial berdasarkan pandangan pengunjung kedai mamak dan membincangkan hubungan antara *First Places*, *Second Places* dengan *Third Places* dalam membentuk kesepaduan sosial berdasarkan pandangan pengunjung kedai mamak. Teori *Third Places* digunakan untuk menganalisis peranan ruang sosial lain yang wujud sebelum kedai mamak dalam memangkin kesepaduan sosial dalam kalangan masyarakat di Malaysia. Pendekatan penyelidikan kualitatif digunakan dalam penulisan ini. Teknik pengumpulan data yang dipilih ialah temu bual mendalam dan pemerhatian. Unit analisis bagi kajian ini ialah pengunjung kedai mamak yang mempunyai rakan-rakan dari etnik yang pelbagai. Penulisan mendapati bahawa dapatan daripada informan menunjukkan bahawa rumah/kejiranan ialah *First Places*, tempat kerja/ belajar ialah *Second Places* dan kedai mamak adalah *Third Places*. Peranan *Third Places* dalam penulisan ini adalah untuk menyambung hubungan sosial yang telah terbentuk dalam *First Places* dan *Second Places*. Penulisan ini menyimpulkan bahawa kedai mamak berada dalam kedudukan *Third Places*, Justeru, dalam membincangkan kesepaduan sosial maka perhatian seharusnya diberikan kepada *First Places* dan *Second Places* berbanding dengan *Third Places*.

Kata kunci: Hubungan Etnik, Kesepaduan Sosial, *First Places*, *Second Places*, *Third Places*, Kedai Mamak.

Mamak Shop as Social Cohesion Platform in Malaysia Context

INFO MAKALAH

Pewasitan Makalah:

Dihantar: -

Diterima: -

E-mail:

unitedasian_idea@yahoo.com.my (Mohd. Fauzi Fadzil)

fauzi@ukm.edu.my (Mohamad Fauzi Sukimi)

*Penulis penghubung

ABSTRACT

This writing is aimed at exploring the role of mamak shop as a social cohesion platform in the context of ethnic relations in Malaysia. With that, two research objectives have been set up to investigate the role of mamak shops as a social cohesion platform which is to clarify the mamak shop position as a social cohesion platform based on the view of mamak shop customer and discussing the

relationship between First Places, Second Places and Third Places in shaping social cohesion based on the view of mamak shop customer. Third Place Theory is used to analyze the role of other social space that exists before the mamak shop in catalyzing social cohesion in Malaysian society. Qualitative research approach is used in this writing. The data collection techniques selected are in-depth interviews and observations. The analysis unit for this study is the mamak shop customer that has various ethnic groups friends. This articles shows that the findings from informants indicate that the home/neighborhood is the First Places, workplace/study is the Second Places and mamak shop is the Third Places. The role of Third Places in this articles is to connect the social relation that have formed in First Places and Second Places. This article concludes that mamak shop are the Third Place, hence in discussing social cohesion then attention should be given to First Places and Second Places ather than Third Places.

Keywords: Ethnic Relations, Social Cohesion, First Places, Second Places, Third Places, Mamak Shop.

PENGENALAN

Malaysia dibina sebagai sebuah negara berasaskan masyarakat berbilang etnik (*multi-ethnic*) dengan 200 kumpulan mewakili subetnik, kumpulan bahasa dan dialek (Baharuddin, 2012). Hubungan etnik di Malaysia pada masa ini diwarnai dengan beberapa peristiwa seperti Peristiwa 13 Mei (1969), Peristiwa Kampung Rawa (1998), Peristiwa Kampung Medan (2001), Peristiwa Plaza Low Yat (2015) dan yang terbaru kes Surau Austin Perdana (2017). Peristiwa tersebut melibatkan pertumpahan darah dan konflik secara perkelahian fizikal. Keadaan ini seakan-akan menggambarkan hubungan etnik yang bersifat negatif berlaku dalam konteks Malaysia.

Namun, Baharuddin (2012) berpendapat bahawa hubungan etnik di Malaysia masih berada dalam keadaan yang baik. Pendapat tersebut berdasarkan pencapaian Malaysia yang berada tahap negara berpendapatan sederhana dalam tempoh kurang daripada 50 tahun, malah Malaysia ialah satu-satunya negara *heterogeneous* dengan komposisi demografi pelbagai etnik berada di kedudukan paling atas dalam senarai *Global Peace Index*. Keadaan yang menggambarkan hubungan positif dan negatif dalam konteks hubungan etnik di Malaysia membawa kepada penulisan makalah ini, timbul persoalan berkenaan platform kesepaduan sosial yang mampu memperbaiki hubungan etnik di Malaysia dan dalam konteks makalah ini fokus platform tersebut ialah kedai mamak.

Permasalahan paling utama yang ingin diselesaikan oleh kajian ini adalah berkenaan kedudukan kedai mamak sebagai platform kesepaduan sosial berdasarkan perspektif teori *Third Places*. Tidak dapat dinafikan berlaku interaksi sosial antara etnik yang berbeza di kedai mamak, namun apakah kedai mamak mampu berfungsi sebagai platform kesepaduan sosial? Teori *Third Places* digunakan untuk menganalisis peranan ruang sosial lain yang mungkin wujud sebelum kedai mamak dalam memangkin kesepaduan sosial dalam kalangan masyarakat di Malaysia. Penulisan ini mempunyai dua objektif, iaitu menjelaskan kedudukan kedai mamak sebagai platform kesepaduan sosial berdasarkan pandangan pengunjung kedai mamak, dan membincangkan hubungan antara *First Places*, *Second Places* dan *Third Places* dalam membentuk kesepaduan sosial berdasarkan pandangan pengunjung kedai mamak. Wacana kesepaduan sosial dalam

konteks makanan hanya dimulakan sekitar 2012, justeru penulisan ini membantu mengembangkan wacana kesepaduan sosial yang dimulakan oleh Shamsul Amri Baharuddin (2008).

KONSEP KESEPADUAN SOSIAL

Konsep kesepaduan sosial mula dibincangkan pada abad ke-19, konsep tersebut mula diperkenalkan oleh Emile Durkheim (Berger, 2000). Konsep ini mula mendapat perhatian apabila berlaku perubahan sosial yang besar di Eropah pada abad ke-19. Proses industrialisasi, urbanisasi, kemasukan para pendatang secara besar-besaran dan pertambahan populasi penduduk berlaku pada waktu berkenaan. Masyarakat Eropah mengalami perubahan sosial yang menyaksikan kepelbagaian etnik dalam masyarakat. Justeru, wacana kesepaduan sosial mula mendapat tempat dalam menerangkan fenomena masyarakat di Eropah.

Pada peringkat awal, konsep kesepaduan sosial dibincangkan oleh Durkheim dengan menggunakan istilah solidariti sosial. Konsep ini difahami oleh Durkheim sebagai kebergantungan dan kesetiaan yang dikongsi kepada negara dan keterikatan dalam hubungan yang saling bergantung. Konsep solidariti sosial (konsep kesepaduan) dibahagikan oleh Durkheim dalam dua bentuk, iaitu solidariti mekanik dan solidariti organik. Menurut Durkheim, perubahan daripada solidariti mekanik kepada solidariti organik akan sentiasa berlaku dalam masyarakat (Pahl, 1991).

Jika konsep kesepaduan sosial dibawa ke dalam konteks Malaysia, perkembangan wacana tersebut dilihat bermula sekitar 2010 dan di bawa oleh Shamsul Amri Baharuddin. Wacana kesepaduan sosial dilihat dengan pendefinisian yang berbeza oleh Shamsul Amri Baharuddin, beliau melihat wacana tersebut daripada sudut kemanusiaan yang umum (kebergantungan). Beliau berpendapat bahawa kesepaduan sosial dalam konteks Malaysia mempunyai kaitan simbiotik antara ekonomi, politik dan hubungan intim (sosial) antara masyarakat, negara dan pasaran. Shamsul Amri Baharuddin melihat hubungan simbiotik antara elemen tersebut dalam konteks Malaysia akan mendukung keamanan dan kestabilan politik, keadaan ini seterusnya membolehkan kesepaduan sosial terus bertahan (Baharuddin, 2011).

Shamsul Amri Baharuddin telah membawa konsep perpaduan nasional dan integrasi nasional sebelum membincangkan konsep kesepaduan sosial. Shamsul Amri Baharuddin mengatakan bahawa perpaduan nasional ialah satu matlamat akhir dalam hubungan etnik manakala integrasi nasional ialah proses untuk menyatukan masyarakat daripada kelompok yang berbeza untuk mencapai perpaduan. Namun, Baharuddin (2012) berpendapat bahawa idea perpaduan nasional yang mewujudkan satu bangsa, satu agama, satu bahasa dan satu negara ialah sesuatu yang *utopia* pada zaman moden. Justeru, beliau mula mengembangkan wacana kesepaduan sosial yang dilihat lebih realistik, terutama dalam konteks Malaysia.

Walaupun setakat waktu sekarang belum ada mana-mana negara moden yang mencapai perpaduan nasional (termasuk Malaysia). Namun kestabilan melalui persamaan, saling ketergantungan dan pengalaman yang sama telah dapat dirasai oleh masyarakat termasuk di Malaysia. Kestabilan ini boleh dimaksudkan sebagai kesepaduan sosial. Kesepaduan sosial dalam konteks Malaysia mempunyai empat ciri utama, iaitu i) satu proses dan bukannya matlamat akhir; ii) satu hasil melibatkan ahli dalam masyarakat berada 'di dalam' dan yang 'di luar' (sempadan sosial inklusif dan eksklusif);

iii) berdasarkan perkongsian nilai-nilai bersama dan yang terakhir; iv) cenderung untuk menumpukan perhatian yang sangat sedikit terhadap konflik dan lebih menekankan mekanisme penyelesaian (Kamri, 2014).

PLATFORM KESEPADUAN SOSIAL DALAM KONTEKS MALAYSIA

Gabungan tiga buah bahagian, iaitu Persekutuan Tanah Melayu, Sabah dan Sarawak pada tahun 1963 telah membentuk Malaysia dengan kepelbagaian etnik di dalamnya (Arkib Negara Malaysia, 2017). Pembahagian etnik yang pelbagai di Malaysia bermula semenjak zaman pemerintahan British di Tanah Melayu pada 1913 melalui Enakmen Rizab Melayu (Idris et al., 2015). Kepelbagaian etnik dalam konteks Malaysia mewujudkan beberapa perbezaan yang menjurangkan hubungan antara etnik. Namun makanan, muzik dan media merupakan tiga aspek yang dikongsi bersama oleh etnik di Malaysia (Baharuddin, 2012). Aspek tersebut mampu untuk mewujudkan kesepaduan sosial melalui platform yang sesuai.

Platform kesepaduan dalam konteks Malaysia dapat dijelaskan dengan menggunakan teori *Third Places* yang dibawa oleh Oldenburg (1989). *Third Places* membincangkan sebuah ruang sosial ketiga yang wujud selepas *First Places* dan *Second Places*, Oldenburg merujuk *First Places* kepada rumah/kejiranan dan *Second Places* kepada tempat kerja/belajar. Namun Oldenburg tidak meletakkan sebarang tempat khusus untuk menggambarkan *Third Places*. Beliau hanya menggariskan ciri-ciri khusus *Third Places* sebagai rujukan. *Third Places* dianggap sebagai sebuah tempat umum tidak formal untuk tujuan berkumpul (Oldenburg, 1996), penulisan ini meletakkan kedai mamak sebagai *Third Places*. Ciri-ciri *Third Places* seperti yang diterangkan oleh Oldenburg (1989) adalah i) bersifat neutral, tidak terikat dengan sebarang garis politik atau panduan rasmi; ii) menyamaratakan status masyarakat; iii) aktiviti utama ialah perbualan dan makan; iv) senang ditemui dan selesa; v) mempunyai pengunjung tetap; vi) membawa tema yang sederhana dan menerima sesiapa sahaja untuk berkunjung dan yang terakhir; vii) tidak mempunyai suasana yang tegang.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini tergolong sebagai kajian fenomenologi yang berada di bawah pendekatan kualitatif. Fenomena kesepaduan sosial dalam konteks kedai mamak cuba untuk difahami dalam konteks kajian ini. Kaedah temu bual mendalam dan pemerhatian digunakan untuk pengumpulan data kajian ini. Persampelan bertujuan (*purposive sampling*) dan *snowball* digunakan terhadap informan kajian ini. Justeru, terdapat beberapa ciri yang ditetapkan terhadap informan kajian ini. Antara ciri-ciri yang perlu ada dalam kalangan informan kajian ini ialah i) terdiri daripada tiga etnik utama, iaitu Melayu/Bumiputera, Cina dan India; ii) berumur dalam lingkungan 22 hingga 40 tahun; iii) tiada pembahagian berdasarkan pekerjaan, pendidikan dan kelas sosial dan yang terakhir iv) menjadikan budaya 'lepak' di kedai mamak bersama rakan daripada etnik berlainan sebagai rutin sekurang-kurangnya sekali dalam masa sebulan.

Tahap saturasi telah dicapai untuk kajian setelah data dikumpulkan daripada 13 orang informan. Pengumpulan data menggunakan kaedah temu bual mendalam telah disertakan dengan rakaman video untuk memudahkan proses analisis kemudiannya. Tempoh masa selama sebulan diperlukan untuk proses temubual mendalam terhadap kesemua 13 informan kajian ini. Kutipan data menggunakan kaedah

pemerhatian pula dilakukan dengan pengkaji mengikut informan untuk lepak bersama rakan-rakan pelbagai etniknya di kedai mamak. Catatan diambil oleh pengkaji terhadap perbualan dan aktiviti yang dilakukan oleh informan bersama rakan-rakan pelbagai etniknya. Kaedah pemerhatian dilakukan sekurang-kurangnya sekali terhadap 7 orang informan. Pengumpulan data terhadap informan dilakukan di kedai mamak yang berada di sekitar kawasan Parlimen Serdang. Namun, perhatian lebih diberikan terhadap rangkaian kedai mamak yang terkenal dalam kawasan Parlimen Serdang seperti Nasi Kandar SS Serdang, Salman Nasi Kandar dan Nasi Kandar Apollo.

DAPATAN KAJIAN

Bahagian ini akan membincangkan dapatan kajian untuk penulisan ini, dapatan kajian ini adalah berdasarkan objektif pertama dan kedua seperti yang telah diterangkan pada bahagian pengenalan.

i) **Kedai Mamak Sebagai Platform Kesepaduan Sosial**

Data yang diperoleh daripada 13 orang informan menunjukkan tujuh daripada mereka bersetuju bahawa kedai mamak merupakan *Third Places* dalam membentuk hubungan etnik yang positif. Terdapat tujuh faktor yang menunjukkan bahawa kedai mempunyai ciri-ciri yang sama dengan *Third Places* yang dinyatakan oleh Oldenburg (1989). Faktor pertama ialah kerana kedai mamak mempunyai budaya yang tidak formal berbanding dengan kedai makanan lain seperti “*McDonalds*”, “*Starbuck*” atau kopitiam. Budaya tidak formal yang dimaksudkan dalam kajian ini ialah pengunjung kedai mamak boleh berkelakuan secara santai dalam ruangan kedai mamak, pengunjung boleh merokok, bersembang dengan suara yang kuat atau menonton rancangan kesukaan bersama rakan-rakan seperti di rumah sendiri. Keadaan ini dapat dilihat melalui data yang diperoleh daripada beberapa informan. Menurut informan Sharvi (India, 23. Mahasiswa):

“Kawan-kawan saya kebanyakannya memang peminat bola, terutama EPL. So kalau berkumpul tengok game kat mamak tu memang bising la. Tapi ok ja sebab orang lain kat situ pun bising juga”.

Menurut informan Zai (Melayu, 40. Pembantu Penyelidik):

“Saya memang tak merokok, tapi ada kawan-kawan yang merokok. So kena layan juga la dia orang ni. Kalau kat tempat lain susah nak merokok, cuma kalau kat mamak tu bole lagi la kan, kat meja-meja luar tu”.

Menurut informan Lara (Melayu, 28. Pembantu Penyelidik):

“Kadang-kadang kalau lama dah tak jumpa tu macam-macam cerita la keluar. Bila dah bercerita tu mula la tak ingat dunia. Huru-hara....so kami cari meja yang hujung-hujung sikit”.

Faktor kedua yang menjadikan kedai mamak sebagai *Third Places* berdasarkan

pandangan informan ialah ruang di kedai mamak yang memudahkan pergaulan melalui penyamaan status antara pengunjung secara mendatar. Komunikasi antara informan dengan rakan-rakan pelbagai etnik adalah dalam keadaan santai tanpa sebarang batasan. Mereka tidak menekankan perkara yang serius dan perbualan dilakukan secara terbuka tanpa batasan status. Suasana kedai mamak dengan layanan kepada pelanggan secara sama rata lebih memudahkan pergaulan. Pelanggan kedai mamak tidak dibezakan antara satu dengan yang lain. Status mereka menjadi setaraf dalam ruang kedai mamak. Keadaan ini dapat dilihat melalui data yang diperoleh daripada beberapa informan. Menurut informan Acap (Bumiputera Sabah, 30. Pemandu GRAB):

“Kat kedai mamak ni senang nak bersembang, pesan air...nyala rokok. Dah bole sembang”.

Informan Apek (Melayu, 27. Eksekutif) memberitahu:

“Entah la, duduk ja kat kedai mamak. Automatik dah mula borak”.

Informan Sharvi (India, 23. Mahasiswa) memberitahu:

“Kalau pergi kedai mamak dengan kawan-kawna tu...tengok bola plak. Habis la”.

Faktor ketiga ialah keselesaan untuk berbual di dalam kedai mamak. Selesa untuk makan dan berbual dalam penulisan ini membawa maksud kedai mamak tersebut tidak mempunyai sebarang gangguan yang boleh menghalang pengunjung untuk meluangkan masa yang panjang untuk makan dan berbual, di samping mempunyai keadaan infrastruktur bersih dan terpelihara. Keadaan ini dapat dilihat melalui data yang diperoleh daripada beberapa informan. Menurut informan Sharvi (India, 23. Mahasiswa):

“Kedai mamak ni tak semua bersih, kadang-kadang ada juga yang kotor. Tapi saya pilih yang bersih la”.

Informan Apek (Melayu, 27. Eksekutif):

“Saya memang tak bole kalau semak-semak ni. Jadi hilang selera. Nasib baik kat luar kolej ada banyak kedai mamak....kalau rasa tak best. Saya cari yang lain ja”.

Informan Topek (Melayu, 28. Eksekutif):

“Tengok tempat juga la, tapi kebanyakannya ok. Macam kat sebelah kuil tu. Kedai ok ja”.

Faktor keempat pula ialah berkenaan kedudukan kedai mamak mudah ditemukan. Kedai mamak lebih mudah ditemukan kerana ia tidak terhad di tempat eksklusif sahaja seperti pusat membeli-belah. Kedai mamak beroperasi dalam kawasan perumahan, pejabat dan dan pusat membeli-belah. Keadaan ini dapat dilihat melalui data yang

diperoleh daripada beberapa informan. Menurut informan Zai (Melayu, 40. Pembantu Penyelidik):

“Ada satu kedai mamak tu yang situ je la saya selalu makan, dekat dengan rumah saya. Saya kalau nak ajak kawan-kawan lepak memang saya suruh datang situ saja. Kalau tempat lain saya susah sikit”.

Informan Sharvi (India, 23. Mahasiswa):

“Saya kalau di rumah akan pergi kedai mamak sekitar rumah saja. Dekat rumah saya ada dua kedai mamak dalam kawasan perumahan. Tapi kadang-kadang pergi tempat lain juga, Cuma selalunya di situ la”.

Informan Acap (Bumiputera Sabah, 30. Pemandu GRAB):

“Kerja saya ni memang kene pusing banyak tempat, kadang-kadang sampai luar kawasan Selangor. Tapi saya perasan kat mana-mana pun mesti ada kedai mamak, kalau dah tak da makanan yang saya berkenan....saya pergi mamak je la. Memang selalunya pun mamak”.

Informan Ashraf (Melayu, 23. Mahasiswa):

“Kami (Ashraf dan kawan-kawan sekuliah) memang pilih kedai mamak kat luar kolej kediaman. Kat sana mudah nak makan, harga bole tahan, nak em rokok senang. Dalam kolej susah....so pergi sana la selalu”.

Faktor kelima ialah berkaitan dengan kewujudan pengunjung tetap dan baharu di kedai mamak. Kedai mamak tidak hanya menghidangkan makanan daripada etnik India-Muslim, malah kedai mamak turut menyediakan menu makanan daripada etnik yang lain termasuk Melayu, Cina dan *western*. Kepelbagaian ini mengikat pengunjung kedai mamak untuk terus datang sekali gus mewujudkan pengunjung tetap. Kedai mamak juga sangat kreatif dengan menambah baik menu makanan tradisional, mereka mempelbagaikan menu roti canai sehingga wujud roti sardin, roti pisang dan roti kapas. Begitu juga menu makanan tradisional lain seperti nasi lemak, *yong tau fu* dan sup. Keadaan ini dapat dilihat melalui data yang diperoleh daripada beberapa informan. Menurut informan Lara (Melayu, 28. Pembantu Penyelidik):

“Saya ni memang dari kecil mak dah ajar jaga makanan, so kalau nak makan kat kedai sebarang tu...memang bukan saya la. Tapi kedai mamak ok lagi la”.

Informan Sharvi (India, 23. Mahasiswa):

“Ada hari atau bulan yang saya tak bole makan daging....maksudnya puasa. Kena makan vegetarian saja. Kalau di kedai mamak memang ada makanan khas

macam tu....so senang la nak makan sambil lepak dengan kawan-kawan Melayu”.

Informan Ashraf (Melayu, 23. Mahasiswa):

“Macam kawan say Shankar, dia memang tak makan langsung benda-benda daging ni. Nasib baik kedai mamak kat depan tu buat makanan asing. Bekas makanan pun asing...so senang la Shankar nak makan”.

Informan Acap (Bumiputera Sabah, 30. Pemandu GRAB):

“Saya rasa kedai mamak ok ja...memang ada laporan pasal isu halal. Tapi itu isu teknikal...setakat ni makanan dia halal dan ada macam...terutama makanan India”.

Faktor keenam berkenaan penerimaan kedai mamak terhadap sesiapa sahaja untuk berkunjung sebagai pelanggan. Kedai mamak tidak meletakkan sebarang syarat dalam bentuk batasan terhadap ciri-ciri pelanggannya sama ada batasan dalam bentuk etnik, status atau kumpulan. Sesiapa sahaja tanpa mengira latar belakang bebas untuk menjadi pelanggan dan meluangkan masa di kedai mamak. Keadaan ini dapat dilihat melalui data yang diperoleh daripada beberapa informan. Menurut informan Apek (Melayu, 27. Eksekutif):

“Saya ingat ada peristiwa uncle ni hilang wallet, saya jumpa. Saya pegang dulu...nak bawa pergi balai. Kebetulan masa buat report uncle tu ada, saya pulangkan lepas tu uncle belanja makan. Tak lama lepas tu dia offer saya kerja, sempat la saya kerja kejam dengan uncle tu”.

Informan Kavi (India, 22. Mahasiswa):

“Kalau cerita belanja makan ni ada la juga kadang-kadang. Saya pernah bayar makanan kawan yang tak cukup duit, saya cam muka dia masa di kuliah tapi tak pernah tegur. Kebetulan satu hari masa tengah makan, dia nak bayar tapi tak cukup duit. Saya pun tolong la, semenjak tu kalau kami jumpa di universiti, dia mesti tegur saya. Lepas tu dia perkenalkan saya dalam persatuan pelajar di kolej, sejak tu saya mula aktif dalam program kolej”.

Informan Topek (Melayu, 28. Kerani):

“Macam-macam cerita. Ada sekali tu uncle tua ni lupa rumah dia...betul-betul blurr. Saya tolong la hantar sampai rumah dia. Tanya orang sekeliling. Sampai rumah anak dia sambut, dia ucap terika kasih sangat. Sampai sekarang, kadang-kadang saya jumpa anak uncle tu kat kedai mamak tu. Kadang-kadang kami lepak sembang-sembang. Saya dah anggap uncle tu dengan keluarga dia macam keluarga angkat saya”.

Faktor terakhir ialah berkenaan keadaan harmoni yang wujud dalam ruangan kedai mamak. Suasana harmoni yang dimaksudkan dalam kajian ini berkaitan dengan perwatakan pengunjung kedai mamak yang positif seperti peramah, sopan dan mudah di dekati yang membawa kepada suasana harmoni. Perwatakan seperti ini memudahkan interaksi berlaku antara informan dengan rakan-rakan yang baru dikenali yang kemudiannya membentuk hubungan sosial. Keadaan ini dapat dilihat melalui data yang diperoleh daripada beberapa informan. Menurut informan Ashraf (Melayu, 23. Mahasiswa):

“Saya ni memang jenis peramah, ada pernah saya jumpa kawan baru. Ravi nama dia. Saya tegur dia masa tnegok bola, kebetulan dia sokong Liverpool juga. Lepas tu dia invite say masuk group, sampai sekarang kami tengok bola kat mamak sama-sama”.

Informan Ruby (India, 22. Mahasiswa):

“Masa saya tenagh bawa international dari kolej makan. Ada uncle ni tegur dalam bahasa Cina. Dia semabng dengan international student ni. Saya lepas tu sembang dengan uncle tu, saya cakap saya minat nak belajar bahasa Cina. Uncle tu ok ja ajar saya lepas tu bila kami lepak sama-sama”.

Informan Topek (Melayu, 28. Kerani):

“Kalau dah tegur tu, kita layan ja la. Ada kadang-kadang tegur ja, lepas tu dapat tau asal sama kampung, apa lagi ajak masuk group whatsapp la. Lepas tu mula la kenal dengan kawan-kawan kampung yang lain”.

<i>THIRD PLACES</i>	PERSAMAAN CIRI	KEDAI MAMAK
Bersifat neutral, tidak terikat dengan sebarang garis politik atau panduan rasmi.	✓	Tiada sebarang peraturan dibentuk, pengunjung cuba mengelak membawa perbualan kepada subjek yang sensitif.
Menyamarkan status masyarakat.	✓	Pengunjung dilayan sama dan tempat duduk tidak dibahagikan mengikut status.
Aktiviti utama ialah perbualan.	✓	Pengunjung datang untuk bersosial dan makan.
Senang ditemui dan selesa.	✓	Terdapat di setiap pelosok, sama ada kawasan perumahan atau kawasan perindustrian.
Mempunyai pengunjung tetap.	✓	Mempunyai pelanggan tetap dan baru.
Membawa tema yang sederhana dan menerima sesiapa sahaja untuk berkunjung.	✓	Perbualan santai, tiada halangan untuk sesiapa untuk datang berkunjung termasuk etnik.
Tidak mempunyai suasana yang tegang.	✓	Pengunjung cuba untuk tidak bertelagah di tempat awam.

Rajah 1: Sumber: Olahan Fadzil & Sukimi (2018) Berdasarkan Idea Oldenburg (1989)

ii) Hubungan Tiga Platform Kesepaduan Sosial dalam Konteks Malaysia

Penulisan ini mendapati bahawa terdapat hubungan antara *First Places*, *Second Places* dan *Third Places*. Oldenburg tidak membawa perbincangan secara terperinci mengenai *First Places* dan *Second Places* dalam wacana beliau, wacana tersebut telah dikembangkan dalam penulisan ini. Ciri-ciri *First Places* dan *Second Places* yang dinyatakan di bawah ialah hasil perkembangan wacana kesepaduan sosial yang dikembangkan melalui idea Oldenburg (1989). Penulisan ini mendapati bahawa rumah/kejiranan merupakan *First Places*, tempat kerja/ belajar merupakan *Second Places* dan kedai mamak sebagai *Third Places*.

<i>FIRST PLACES</i>	<i>SECOND PLACES</i>	<i>THIRD PLACES</i>
1. Bersifat semi-neutral, terikat dengan garis politik secara formal/ tidak formal dan panduan rasmi.	1. Bersifat semi-neutral, terikat dengan garis politik secara tidak formal dan panduan rasmi.	1. Bersifat neutral, tidak terikat dengan sebarang garis politik atau panduan rasmi.
2. Masyarakat yang dapat dibahagikan mengikut status/ peranan.	2. Masyarakat yang dapat dibahagikan mengikut status/ peranan.	2. Menyamaratakan status masyarakat.
3. Aktiviti sosial dan ekonomi menjadi tumpuan.	3. Aktiviti utama ialah pekerjaan atau pelajaran.	3. Aktiviti utama ialah perbualan dan makan.
4. Mempunyai penduduk tetap.	4. Mempunyai pekerja atau pelajar.	4. Senang ditemui dan selesa.
5. Membawa tema yang santai dan menerima sesiapa sahaja untuk tinggal.	5. Membawa tema yang khusus dan hanya menerima ahli tertentu sahaja.	5. Mempunyai pengunjung tetap.
6. Membentuk interaksi dan hubungan sosial yang rencam dan kompleks.	6. Membentuk interaksi dan hubungan sosial yang sederhana.	6. Membawa tema yang sederhana dan menerima sesiapa sahaja untuk berkunjung.
7. Masa yang panjang diluangkan di ruang ini.	7. Masa yang kurang atau hampir sama dengan ruang sosial primer diluangkan ruang ini.	7. Tidak mempunyai suasana yang tegang.

Rajah 2: Sumber: Olahan Fadzil & Sukimi (2018) Berdasarkan Idea Oldenburg (1989)

Kaitan antara ketiga-tiga platform kesepaduan sosial tersebut dapat dilihat melalui data yang diberikan oleh informan kajian ini. Kesemua informan bersetuju bahawa hubungan sosial yang terbentuk di kedai mamak (*Third Places*) sudah terbentuk di rumah/ kejiranan (*First Places*) dan tempat kerja/belajar (*Second Places*). Keadaan ini menunjukkan bahawa kedai mamak menjadi ruang sosial untuk menyambung hubungan sosial antara informan dengan rakan-rakan pelbagai etnik. Fungsi kedai mamak sebagai platform kesepaduan sosial adalah untuk melanjutkan hubungan sosial yang sudah terbina di *First Places* dan *Second Places*.

Kedai mamak sebagai *Third Places* tidak dapat wujud tanpa dipangkin oleh *First Places* dan *Second Places*. Sebagai sebuah ruang sosial ia memerlukan hubungan sosial antara individu dengan rakan-rakan pelbagai etnik di *First Places* dan *Second Places*. Hubungan sosial antara informan dengan rakan-rakan pelbagai etnik wujud dalam ruang *First Places* sebagai jiran atau ahli keluarga, manakala dalam ruang *Second Places* pula ia wujud sebagai rakan sekerja atau rakan sekelas/kuliah. Namun, dalam ruang *Third Places*, iaitu kedai mamak hubungan sosial tidak terbentuk dalam ruang tersebut, tidak

wujud sebarang istilah seperti ‘rakan sekedai’ atau ‘rakan semamak’ seperti istilah yang wujud dalam ruang sosial primer dan sekunder.

Hubungan antara etnik dalam konteks penulisan ini tidak dapat wujud dengan hanya bergantung kepada salah satu daripada 3 ruang sosial tersebut (*First Places*, *Second Places* dan *Third Places*). Hubungan antara etnik hanya akan tercapai apabila interaksi dan hubungan sosial yang positif dimulakan daripada *First Places* dan *Second Places*, seterusnya dilanjutkan ke *Third Places*. Justeru, kedai mamak sebagai *Third Places* sangat bergantung kepada *First* dan *Second Places* untuk diangkat sebagai platform kesepaduan sosial.

KESIMPULAN

Hasil penulisan ini mendapati bahawa ketiga-tiga ruang sosial (*First Places*, *Second Places* dan *Third Places*) mempunyai peranan masing-masing sebagai platform kesepaduan sosial. Namun ketiga-tiganya juga memerlukan satu dengan yang lain untuk berfungsi. Penulisan ini menunjukkan bahawa *Third Places* bukan sahaja terhad kepada kedai mamak. Justeru, platform kesepaduan sosial dalam konteks *Third Places* boleh dikembangkan dengan tidak terhad hanya kepada kedai mamak. *Third Places* boleh sahaja dilihat daripada platform pusat sukan, pusat karaoke atau pusat hiburan. Melalui hasil kajian ini, maka *Third Places* lain yang telah dinyatakan tadi dapat diangkat setaraf dengan kedai mamak dalam wacana kesepaduan sosial. Penulisan ini juga membuktikan bahawa keterikatan pembentukan hubungan etnik antara ruang sosial di kedai mamak dengan ruang sosial yang berada di luar kedai mamak membawa kepada satu paradigma baharu dalam memahami wacana hubungan etnik di Malaysia. Melalui hasil kajian ini dapat disimpulkan bahawa platform hubungan etnik tidak wujud secara bersendirian tetapi ia memerlukan ruang lain sebagai sandaran. Penulisan ini juga berjaya menunjukkan bahawa hubungan sosial antara etnik yang berlainan dalam konteks Malaysia sebenarnya bermula di *First Places* dan *Second Places*. Kajian ini mencadangkan untuk wacana kesepaduan sosial lebih ditumpukan kepada ruangan tersebut berbanding dengan *Third Places*. Kajian ini juga boleh dikembangkan pada masa hadapan kepada bentuk kuantitatif dengan melibatkan skop dan bilangan informan yang lebih besar untuk mengukur kepentingan *First Places*, *Second Places* dan *Third Places*.

RUJUKAN

- Arkib Negara Malaysia. (2017). Penubuhan Malaysia 16 September 1963. <http://www.arkib.gov.my>. [16 Ogos 2017].
- Baharuddin, S. A. (2008). Hubungan Etnik Malaysia: Mencari dan Mengekal Kejernihan dalam Kekeruhan. Kertas Kajian Etnik, UKM, Vol. 1.
- Baharuddin, S. A. (2011). Ilmu Kolonial dalam Pembentukan Sejarah Intelektual Malaysia: Sebuah Pandangan. Siri Kertas Kajian Etnik, UKM, Vol. 1.
- Baharuddin, S. A. (2012). Modul Hubungan Etnik Edisi Kedua. Institut Kajian Etnik. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Berger-Schmitt, R. (2000). Social Cohesion an Aspect of the Quality of the Societies: Concept and Measurement. EuReporting Working Paper No.14. A TSER-Project financed by the European Comission, Centre for Survey Research and Methodology (ZUMA), Manheim.
- Fadzil, M. F. & Sukimi, M. F. (2018). Kedai Mamak Dalam Konteks Ruang Sosial

- Primer, Sekunder Dan Tersier. Thesis Sarjana, Fakulti Sains Sosial Dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Idris, A. S., Hussin, N. & Yussof, I. (2015). Pelaksanaan Customary Tenure Enactment (CTE) Zaman Kolonial dan Kesannya ke Atas Pentadbiran Tanah Adat di Negeri Sembilan (1921–1940). *Kajian Malaysia*, Vol. 33, No. 1:pp.67–92.
- Kamri, K. A. (2014). Impak Etnisiti, Tadbir Urus Dan Etika Kerja Terhadap Kesepaduan Sosial Polis Diraja Malaysia (PDRM). Thesis Ph.D, Institut Kajian Etnik, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Oldenburg, R. (1989). *The great good place*. New York: Marlowe.
- Oldenburg, R. (1996). Our Vanishing “Third Places”. *Planning Commissioners Journal*, No. 25.
- Pahl, R. E. (1991). The Search for Social Cohesion: from Durkheim to the European Commission. *European Journal of Sociology*, Vol.32: pp. 345-360.