

Kreativiti dan Impak Komunikasi Digital dalam Kalangan Generasi Z

Creativity and Impact of Digital Communication among Generation Z

SALINAH JA'AFAR*, MASLIDA YUSOFF, RUSMADI BAHARUDDIN, KARIM HARUN
& ZAITUL AZMA ZAINON HAMZAH

ABSTRAK

Generasi Z, yang dikenali sebagai generasi yang menggunakan komunikasi digital secara meluas, telah memanfaatkan kreativiti mereka untuk mencipta dan mengubah bentuk komunikasi sedia ada bagi meningkatkan interaksi digital, terutama dalam memenuhi keterhadan ruang penyampaian makna. Batasan ruang dan masa dalam komunikasi digital telah mendorong Generasi Z untuk membentuk budaya bahasa baru yang lebih kreatif. Kajian ini bertujuan untuk menyelidik aspek kreativiti dalam komunikasi Generasi Z di media sosial melalui pendekatan analisis konseptual dan kontekstual, sambil meneliti kesan negatif yang mungkin timbul daripada kreativiti tersebut. Data kajian diperoleh secara talian melalui kaedah pemerhatian dan soal selidik, memberi tumpuan kepada cara Generasi Z mencipta perkataan baru, menghapuskan atau mengubah suai perkataan dan frasa sedia ada, serta menggabungkan elemen bahasa baharu dalam komunikasi. Hasil kajian menunjukkan bahawa Generasi Z telah menggunakan cara komunikasi yang kreatif dan unik bagi memenuhi keperluan media sosial. Namun begitu, jika kreativiti ini tidak dipantau, ia berpotensi menyumbang kepada kemerosotan bahasa formal dalam jangka panjang. Implikasi kajian ini mencadangkan bahawa perubahan dalam struktur bahasa mungkin berlaku akibat penggunaan komunikasi digital yang meluas. Penyelidikan akan datang boleh memberikan tumpuan kepada aspek pragmatik, semantik, serta kesan budaya daripada perkembangan bahasa ini, di samping memantau perubahan yang dibawa oleh interaksi digital terhadap bahasa yang digunakan oleh Generasi Z.

Kata kunci: komunikasi; kreativiti; digital; media sosial; Generasi Z

ABSTRACT

Generation Z, known for their widespread use of digital communication, harnesses their creativity to invent and modify existing forms of communication to enhance digital interactions, particularly within the constraints of meaning delivery. The limitations of space and time in digital communication have prompted Generation Z to develop a new, creative language culture. This study aims to investigate the creative aspects of Generation Z's communication on social media through a conceptual and contextual analysis approach, while also examining the potential negative impacts of such creativity. Data for the study was collected online through observation and surveys, focusing on how Generation Z creates new words, eliminates or modifies existing words and phrases, and incorporates new language elements. The findings reveal that Generation Z has developed unique and creative methods of communication on social media platforms. However, if this creativity goes unchecked, it may contribute to the deterioration of formal language in the long run. The implications of this study suggest that changes in language structure may occur as a result of the extensive use of digital communication. Future research should focus on the pragmatic, semantic, and cultural aspects of this evolving language, while also monitoring the changes brought about by digital interactions on the language used by Generation Z.

Keywords: communication; creativity; digital; social media; Generation Z

PENGENALAN

Generasi Z, terdiri daripada individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenali sebagai generasi pertama yang benar-benar dianggap sebagai warga digital (*digital native*) (Twenge, 2017). Mereka membesar dalam persekitaran yang kaya dengan teknologi dan internet, dan ini telah membentuk cara mereka berinteraksi dan berkomunikasi dengan dunia di sekeliling mereka. Sesuai dengan perkembangan dunia dan teknologi ini, komunikasi digital memainkan peranan penting dalam kehidupan seharian mereka. Pelbagai aplikasi media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Twitter hingga aplikasi pemesejan segera seperti WhatsApp dan Snapchat, Generasi Z menggunakan pelbagai platform digital untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri (Lenhart, 2015).

Komunikasi merupakan cara manusia menyampaikan maksud dan menerima mesej. Pengguna bahasa menggunakan pelbagai medium ketika berkomunikasi. Bermula dengan menggunakan peniruan terhadap bunyi dan gerak badan dalam menyampaikan mesej, medium komunikasi berkembang kepada penciptaan bunyi-bunyi bahasa dan membentuk bahasa tersendiri berasaskan kawasan sekeliling dan akhirnya membentuk satu sistem bahasa yang universal sifatnya. Saluran komunikasi yang bermula dengan suara dan gerak tangan pula berkembang kepada saluran yang lebih maju kepada bahasa lisan dan tulisan, seterusnya dengan kemunculan sains dan teknologi saluran komunikasi berkembang kepada komunikasi tanpa sempadan, di mana semua manusia dapat berkomunikasi tidak kira di mana sahaja. Berdasarkan perkembangan masa dan zaman, generasi hari ini lebih banyak berkomunikasi secara maya terutama dalam kalangan generasi Z. Halim et al. (2017), mengatakan bahawa generasi Z merupakan generasi yang lahir dalam dunia yang penuh cabaran seperti keganasan dan masalah persekitaran. Mereka juga dibesarkan dalam persekitaran yang menggunakan teknologi digital seperti internet dan jaringan media sosial serta gajet elektronik yang meluas. Oleh yang demikian, mereka boleh dikategorikan sebagai generasi yang *technology savvy* dan terhubung secara global dalam dunia maya melalui internet (McCrindle & Wolfinger, 2010).

Kajian mengenai Generasi Z telah dijalankan oleh ramai penyelidik tempatan yang akhirnya membuat satu rumusan yang agak pesimistik terhadap mereka. Muhazir dan Ismail (2015) misalnya, mengatakan bahawa generasi Z mempunyai aspek kemahiran interpersonal dan komunikasi fizikal tetapi tidak memberikan fokus kepada aspek dan nilai-nilai kekeluargaan. Generasi Z juga dikatakan kurang menghayati nilai-nilai akal budi Melayu Islam seperti nilai hormat, penghargaan, amanah, ilmu dan pematuhan kepada ajaran agama (Masliah 2016). Generasi Z juga dianggap sebagai bukan pendengar yang baik kerana mereka menggunakan sesawang dunia maya (*world wide web*) untuk berkomunikasi dan saling berhubungan (Muhazir & Ismail, 2015); bahkan ada kajian yang menunjukkan bahawa generasi ini terlibat dalam masalah sosial kesan daripada pengaruh media sosial (Azzyati & Fariza 2016). Mohd Hamizi (2023) mengkaji impak positif dan negatif media sosial terhadap masyarakat, tetapi tidak tertumpu kepada generasi Z. Terkini Novita Rosanti (2024) meneliti data perbankan dalam kalangan generasi Z, dan hanya meneliti aspek perbankan digital sahaja. Namun begitu, tidak dinafikan bahawa generasi Z ini juga sangat kreatif dalam memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama komunikasi masing-masing.

Kreativiti dalam penggunaan bahasa merupakan topik yang jarang diberi perhatian oleh pengkaji bahasa. Potash (2018: 29) mengatakan "*Language generation tasks are often among the most difficult to evaluate. Evaluating machine translation, image captioning, summarization, and other similar tasks is typically done via comparison with existing human-generated "references"*".

However, human beings also use language creatively, and for the language generation tasks that seek to mimic this ability, determining how accurately the generated text represents its target is insufficient, as one also needs to evaluate creativity and style". Seperti mana yang dikatakan oleh Potash, menilai proses penghasilan bahasa bukanlah satu kerja yang mudah, terutama menilai penghasilan bahasa yang dibuat oleh terjemahan mesin, penjenamaan imej, dan bentuk-bentuk lain yang memerlukan perbandingan dengan bahasa manusia dilakukan. Walau bagaimanapun, manusia juga menggunakan bahasa secara kreatif, dan bagi tugas-tugas penghasilan bahasa yang cuba meniru kemampuan ini, menentukan sejauh mana teks yang dihasilkan mewakili matlamatnya secara tepat tidak mencukupi, kerana kita juga perlu menilai kreativiti dan gaya. Sesuai dengan ciri-ciri generasi Z yang hidup dalam dunia digital, hubungan sosial mereka juga berlandaskan teknologi digital yang menggunakan saluran internet dan maya dalam menyampaikan maklumat dan maksud. Bagi memudahkan mereka berkomunikasi, generasi Z cenderung mengubah suai dan mencipta bentuk-bentuk kata baru yang diselaraskan dengan ruang dan skop komunikasi maya.

KREATIVITI DALAM KOMUNIKASI

Kajian kreativiti dalam komunikasi bukanlah merupakan fenomena baharu dalam kajian bahasa. Carter (2004) dalam bukunya yang bertajuk *Language and Creativity: The Art of Common Talk*, yang kemudiannya diterbitkan semula dalam edisi kedua (2016) mengatakan bahawa bahasa dan kreativiti merupakan satu lanskap kajian bahasa yang sentiasa berkembang. Kajian bahasa dan kreativiti dilihat sebagai satu topik yang menarik untuk dikaji sebagai sebahagian daripada kajian kognisi dan pemikiran. Maybin dan Swann (2006), Stockwell (2009), Handford dan Koester (2010) turut mengatakan bahawa kreativiti sering dilihat sebagai suatu perkara yang dapat memecahkan apa yang terkandung dalam akal fikiran manusia, yang dilihat sebagai sesuatu yang direkonstruksi dalam interaksi dan dialog, yang beroperasi dalam kumpulan mahupun secara individual, yang melibatkan penerima dan juga pencipta entiti kreatif sebagai memenuhi satu komunikasi yang mungkin tidak bersifat estetik, atau kesusasteraan tetapi merupakan kepelbagaian bentuk komunikasi yang luas.

Perkataan kreativiti bukan sekadar berkolokasi dengan penulisan mahupun sastera, seni, mahupun bahasa puitif, tetapi semakin berkembang kepada suatu konsep yang menakjubkan yang melibatkan pelbagai perkara termasuklah kesunyian, perniagaan, profesional, amalan media, pembelajaran dan pengajaran dalam kelas, internet, hubungan awam, seni bina, digital, saintifik, hubungan personal dan interpersonal, lingua franca, linguistik berkomputer, jenaka, perindustrian, dan banyak lagi. Kreativiti sesuai dengan permainan bahasa yang digunakan dalam segala urusan dan bidang. Stubbs (2005) yang mengkaji linguistik korpus mengatakan bahawa dalam linguistik korpus, kreativiti dapat dikenal pasti dengan menggunakan data korpus yang besar. Pelbagai paten dan corak perkataan dan frasa boleh ditemui dalam pangkalan data yang besar yang boleh menghasilkan rumus semantik dalam penggunaan bahasa. Stubbs juga turut menyatakan bahawa memahami latar belakang penggunaan bahasa (korpus, kreativiti, dan corak) yang begitu banyak setiap hari adalah perlu untuk memahami keunikan bahasa itu sendiri merentasi masa. Potash (2018) pula mengatakan bahawa tugas dalam generasi bahasa adalah yang paling rumit untuk diteliti. Mengkaji terjemahan mesin, imbasan imej, ringkasan, dan kerja-kerja analisis yang serupa dilakukan dengan membandingkan antara rujukan manusia sedia ada dengan mesin. Manusia menggunakan bahasa secara kreatif, dan untuk menilai generasi bahasa ini yang sesuai dengan

sains dan teknologi memerlukan kebolehan mengenal pasti segala bagi mimik, yang boleh menentukan ketepatan mentafsir teks yang dikenal pasti, maka dari situlah perlunya meneliti gaya dan kreativiti pengguna generasi bahasa itu sendiri.

Kajian kreativiti dalam bahasa ini juga turut dijalankan oleh pembina pangkalan data. Tagg (2012) yang mengkaji data korpus skala yang besar mengatakan berdasarkan pangkalan data ini, variasi bahasa maya dapat dikenal pasti dengan lebih terperinci. Kajian yang melibatkan jutaan perkataan yang terkandung dalam pangkalan data korpus bagaimanapun mampu memberi peluang kepada pengkaji bahasa menerokai bentuk dan fungsi unit bahasa merentasi sempadan. Misalnya, menerokai evolusi kreativiti dalam pertuturan (Carter & McCarthy, 2015). Bukti penggunaan bahasa dalam pangkalan data korpus membuktikan corak sembang maya, yang jelas disampaikan di skrin komputer, yang kebanyakannya membentuk fitur keadaan yang elipsis, kebebasan bentuk klausa, penandaan ayat, dan pewujudan sebutan yang membawa pembaca lebih dekat kepada komunikasi lisan yang bersahaja berbanding komunikasi tulisan yang terikat dengan struktur dan peraturan tata bahasa. Tagg juga turut menyatakan bahawa melalui data korpus pengguna bahawa mempunyai sumber yang banyak untuk mempelbagaikan gaya bahasa dan mencorakkan bahasa dengan corak yang baharu ataupun corak yang diubah suai menjadi baharu.

Kajian penggunaan bahasa Melayu di media sosial juga agak banyak dibuat oleh pengkaji bahasa. Yusof (2018) mengkaji trend penggunaan kata ganti nama diri dalam kalangan pengguna media sosial. Kata ganti nama diri ialah kata yang digunakan dalam komunikasi untuk menggantikan nama orang yang melibatkan penutur, pendengar dan sasaran. Dapatan kajian tersebut mendapati tiga bentuk kata ganti diri yang menjadi trend dalam aplikasi WhatsApp iaitu kata ganti nama diri singkatan, kata ganti nama diri dialek dan kata ganti nama diri kontemporari. Dalam konteks komunikasi yang melibatkan rakan sebaya dan berlaku dalam situasi tidak formal, penggunaan kata ganti nama diri dipengaruhi oleh faktor kemesraan dan kesesuaian. Wahab (2018) mengkaji ~~tentang~~ ciri dan fungsi komunikatif Bahasa Melayu Sabah (BMS) dalam Media Sosial. Hasil analisis menunjukkan bahawa BMS dalam ruangan komen pengguna Facebook memperlihatkan ciri-ciri khas dari aspek ejaan, struktur ayat dan juga kosa kata, yang dipengaruhi oleh unsur bahasa Dusun dan bahasa serantau. Dapatan analisis juga menunjukkan bahawa selain berfungsi sebagai medium interaksi, BMS dalam Facebook turut menjalankan fungsi komunikatif instrumental, informatif, peribadi, regulatori, heuristik dan fungsi imaginatif.

Faizal, Safarizal, dan Rusli (2022) meneliti penggunaan bahasa rancu dalam kalangan generasi Z di medium Twitter dan membincangkan punca penggunaan bahasa rancu oleh generasi Z. Kajian ini merupakan kajian tinjauan berbentuk kualitatif dengan menggunakan kaedah kepustakaan dan pemerhatian dalam mengumpul data. Penelitian tersebut mendapati bahawa generasi Z cenderung menggunakan bahasa rojak ketika mengemukakan idea dan komen dalam ciapan di media sosial. Penggunaan bahasa campuran bahasa Melayu dengan bahasa Inggeris, kata singkatan, kesalahan morfologi dan ejaan ini turut melemahkan kewibawaan bahasa Melayu itu sendiri. Namun begitu, masih terdapat segelintir pengguna media sosial yang peka terhadap penggunaan bahasa rancu dan menyatakan punca penggunaan tersebut berlaku disebabkan kurang pengetahuan tentang kosa kata bahasa Melayu, sikap mementingkan penguasaan bahasa Inggeris, sikap sambil lewa terhadap penggunaan bahasa Melayu dan pengaruh media sosial. Banyak kajian bahasa Melayu di media sosial telah dibuat oleh pengkaji bahasa, namun kajian terhadap kreativiti generasi Z dalam komunikasi maya di media sosial masih belum ditemui.

Nik Lah, Kumaran, dan Jasmi. (2019) mengatakan bahawa media sosial adalah satu kaedah komunikasi yang menjadi keperluan kepada masyarakat dalam kehidupan seharian pada abad ini. Media sosial amat penting dan mempunyai peranan yang sangat besar dalam kehidupan kita.

Kemunculan media sosial dalam pelbagai aspek kehidupan hari ini memberi impak yang besar kepada perkembangan bahasa. Perkembangan bahasa merujuk kepada penguasaan sesuatu bahasa. Hakikatnya, media sosial sesungguhnya dapat memberi kesan yang besar kepada perkembangan bahasa sama ada kesan baik ataupun kesan buruk. Antara kesan positif ialah penguasaan lebih daripada satu bahasa, penggunaan bahasa pengantar yang berbeza, pengukuhan kosa kata adalah antara impak positif media sosial. Namun begitu, media sosial juga memberi kesan buruk terhadap perkembangan bahasa. Antaranya. Penggunaan bahasa rojak, penggunaan bahasa kasar, dan menggugatkan akidah.

Zainal dan Rahmat (2020) mengatakan bahawa berdasarkan kajian oleh Al-Rahmi dan Othman (2013), pelajar didapati lebih banyak menggunakan media sosial di dalam kelas kerana maklumat yang ada dalam media sosial adalah banyak dan terkini. Pelajar-pelajar juga didapati mudah berhubung dengan komuniti yang berada di luar kelas, bahkan juga di seluruh dunia bagi bertukar-tukar maklumat dan idea. Dengan menggunakan saluran media sosial. Walaupun ada kajian yang menunjukkan kesan positif hasil penggunaan media sosial ini, namun kesan negatifnya juga tidak dapat dinafikan, terutama dalam proses pengajaran dan pembelajaran bahasa. Memetik pandangan Craig (2003: 29) yang mengatakan:

“Social media, however, has the tendency to influence students’ English negatively. There is now a trend on social media that could menace literacy ability and skill of students due to the use of abbreviations and uncommon jargon in writing. Negative social promotion and negative behavior may develop with the use of Facebook”. Pandangan tersebut juga turut diutarakan oleh Swan (2017) yang mengatakan bahawa *“users of social media have reported the negative impact on students’ grammar use and spelling”*.

Maka jelaslah bahawa dalam membantu pengguna bahasa mendapatkan maklumat yang banyak, media sosial juga mendatangkan impak negatif kepada pengguna bahasa, terutama dalam kalangan pelajar.

Lanjutan dari itu, artikel ini akan meneliti kreativiti yang ada dalam kalangan generasi Z ketika berkomunikasi dalam bahasa Melayu di laman media sosial. Kajian juga mengaplikasikan pandangan Potash dan Stubbs yang mengatakan bahawa corak penggunaan bahasa adalah dipengaruhi oleh suasana, masa dan konteks penggunaan bahasa itu sendiri. Sesuai dengan ciri-ciri generasi Z yang banyak berkomunikasi secara maya di laman media sosial, maka corak penggunaan bahasa mereka juga tidak lari daripada mengaplikasi kreativiti masing-masing dalam memanfaatkan ruang dan juga alat komunikasi itu sendiri.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konseptual dan konteks. Kaedah pengumpulan data dibuat melalui pemerhatian di platform media sosial, twitter, Instagram, dan Youtube, dan sebarang saluran komunikasi lain yang digunakan oleh Generasi Z, perubahan dalam penggunaan bahasa akan direkod. Contoh-contoh perkataan baru, frasa, atau bentuk bahasa lain akan dikumpulkan secara menyeluruh. Satu kajian soal selidik dijalankan dalam talian yang mensasarkan Generasi Z, seramai 321 orang responden telah memberikan maklum balas. Soal selidik ini merangkumi soalan mengenai penggunaan bahasa, sama ada mereka mencipta perkataan baru, mengubah suai bentuk sedia ada, atau menyerap perkataan daripada bahasa lain. Ini bertujuan untuk memahami pola atau motif di sebalik perubahan tersebut.

Pengumpulan data juga dibuat dengan memuat turun komunikasi yang berlaku di media sosial dan data dikumpulkan dalam pelayan komputer yang membentuk satu data korpus komunikasi generasi Z di media sosial. Setiap data yang dipilih dianalisis bagi mendapatkan corak penggunaan bahasa dan bentuk penggunaan bahasa yang baharu, penggunaan bentuk lama yang diperbaharui, diubah bentuk kata dan susunan dalam ayat dan frasa hasil daripada kreativiti generasi Z memanfaatkan komunikasi maya di laman sosial ini.

Data yang dikumpulkan dibahagikan kepada beberapa kategori, iaitu:

- a) Pembentukan perkataan baru. Ini merujuk kepada kata-kata yang dicipta secara khusus oleh Generasi Z. Setiap perkataan baru yang dijumpai akan direkodkan dengan makna dan konteks penggunaannya;
- b) Penyingkiran perkataan lama. Di samping perkataan baru, perkataan atau frasa yang jarang digunakan atau tidak lagi digunakan oleh generasi ini akan dikaji.
- c) Pengubahsuaian bentuk perkataan. Bentuk kata atau frasa yang diubahsuai untuk menyampaikan maksud baru atau untuk memudahkan komunikasi juga akan diambil kira.
- d) Penggabungan bahasa. Proses menggabungkan elemen-elemen dari bahasa yang berbeza, sama ada melalui penggunaan kata pinjaman atau kombinasi bahasa secara kreatif oleh Generasi Z.

Data yang telah dikumpulkan melalui pemerhatian dan soal selidik akan dianalisis secara kualitatif. Analisis ini akan meneliti perkataan baru yang digunakan, perubahan dalam struktur bahasa, serta cara bahasa dipengaruhi oleh faktor budaya dan sosial. Berdasarkan analisis, rumusan akan dibuat mengenai perubahan bahasa dalam kalangan Generasi Z. Penemuan ini akan memberikan gambaran tentang bagaimana generasi ini membentuk bahasa sebagai sebahagian daripada identiti mereka, serta sejauh mana perubahan ini mencerminkan perkembangan dalam masyarakat yang lebih luas.

Berdasarkan soal selidik yang diedarkan seramai 321 responden telah memberi maklum balas dan agihan penggunaan laman sosial oleh generasi Z yang memberikan maklum balas adalah seperti rajah di bawah:



RAJAH 1. Taburan Penggunaan Media Sosial oleh Generasi Z

Berdasarkan soal selidik yang diedarkan jelas bahawa majoriti generasi Z lebih cenderung menggunakan media sosial Instagram untuk berkomunikasi sesama rakan sebaya. Dari 321 maklum balas yang diterima, sebanyak 36.4% memilih Instagram sebagai saluran komunikasi yang paling kerap, diikuti oleh YouTube sebanyak 24.9%, dan lain-lain (TikTok, Wechat, dan sebagainya) sebanyak 21.8%, yang kurang diminati oleh generasi Z ialah Twitter dan Facebook.

DAPATAN KAJIAN

Dapatan kajian menunjukkan bahawa satu daripada ciri utama Generasi Z ialah keupayaan mereka untuk memanfaatkan kreativiti dalam komunikasi digital. Mereka tidak hanya mengadaptasi bahasa sedia ada tetapi juga mencipta bentuk komunikasi baru yang lebih sesuai dengan keperluan dan gaya hidup mereka. Ini termasuk penggunaan emoji, meme, GIF, singkatan, dan bahasa slanga yang berkembang dengan pantas. Contohnya, penggunaan emoji bukan sahaja untuk menambah ekspresi kepada mesej tetapi juga sebagai ganti perkataan atau frasa tertentu. Begitu juga, meme dan GIF digunakan untuk menyampaikan makna yang kompleks dengan cara yang mudah dan menarik. Dapatan kajian ini selaras dengan kajian oleh Potash, Romanov, dan Rumshisky (2018) yang mendapati bahawa variasi dalam penggunaan bahasa bukan sahaja dipengaruhi oleh gaya peribadi penulis tetapi juga oleh konteks sosial dan budaya yang melingkupinya. Kajian mereka menunjukkan bagaimana bahasa dalam lirik rap boleh mencerminkan identiti dan ekspresi kreatif, serta bagaimana ia boleh berubah mengikut permintaan dan keperluan industri muzik. Hasil kajian menunjukkan generasi Z ini mencipta bentuk-bentuk kata baru dan mengubah suai makna bentuk-bentuk kata sedia ada dalam bahasa Melayu ketika berkomunikasi. Bentuk-bentuk kata baru yang dicipta meliputi singkatan, gabungan perkataan bahasa Melayu dan Inggeris, makna baru kepada perkataan sedia ada.

Kreativiti ini tidak hanya terbatas kepada bentuk komunikasi baru dalam bentuk bahasa sahaja tetapi juga dalam cara penyampaian mesej. Generasi Z cenderung menggunakan pelbagai elemen visual dan multimedia dalam komunikasi mereka, menjadikannya lebih interaktif dan menarik. Dapatan ini disokong dengan kajian oleh Buckingham (2008) yang mengatakan generasi Z juga bijak dalam menggabungkan teks dengan gambar, video, dan audio untuk mencipta naratif yang lebih kaya dan berkesan. Misalnya, di platform seperti TikTok, pengguna boleh membuat video pendek yang menggabungkan muzik, kesan khas, dan teks untuk menyampaikan cerita atau mesej tertentu dalam masa yang singkat.

PENGUNAAN SINGKATAN PERKATAAN

Singkatan perkataan dalam bahasa Melayu seringkali dikaitkan dengan akronim. Namun begitu, dalam komunikasi generasi Z ini, dapat diperhatikan bahawa singkatan yang dicipta bukanlah merupakan bentuk kata yang boleh digolongkan sebagai akronim, tetapi pemendekan kata asal menjadi satu bentuk kata yang lebih ringkas. Komunikasi maya dalam media sosial menggunakan saluran digital, maka sesuai dengan sifat komunikasi maya yang cepat dan ringkas generasi Z mula membentuk perkataan dengan menggunakan singkatan. Tujuan singkatan ini dibentuk adalah untuk menjimatkan masa dan juga untuk memudahkan komunikasi secara berkelompok dilaksanakan dengan lancar. Umumnya, generasi Z berkomunikasi bukanlah antara individu dengan individu, sebaliknya mereka berkomunikasi secara berkelompok, di mana melalui saluran

media sosial mereka menyampaikan mesej kepada satu kumpulan rakan sebaya yang ramai dan merata tempat. Oleh sebab itu mereka cenderung mencipta perkataan baru dengan menggunakan singkatan. Antara contoh singkatan yang dapat ditemui adalah seperti di bawah:

JADUAL 1. Singkatan kata

Perkataan	Contoh penggunaan dalam ayat	Sumber
<i>astu</i>	NI MESTI DYE NGANJING LAKI YG CALL MAKWE DYE ASTU MAKWE XANGKAT TU EN Oh okay <i>astu</i> ? Kau yg mulakan hahahahaha tengok 365 <i>astu</i> selawat good99 <i>astu</i> buat lawak dpn mak...nk ketawa kena maki jp gi 😂😂😂...terpaksa tahan 🤔	YouTube Instagram TikTok
<i>au</i>	Akak cantik <i>au</i> senanye	Instagram
<i>cani</i>	<i>Can</i> i ni nak buat	TikTok
<i>ceni</i>	PENAT AH <i>CENI</i> Hmmm penadt aque <i>ceni</i> Talented sia iq dia nk buat content <i>ceni</i>	
<i>aq</i>	<i>Ceni</i> aq un xde 😊	Instagram

Penyingkatan bentuk kata “*aq*, *astu*, *au*, *cani*” dan “*ceni*” di atas merujuk kepada bentuk asal “*aku*, *selepas itu*, *tahu*, *macam ini*”. Generasi Z cenderung membuat penyingkatan begini sesuai dengan medium komunikasi yang digunakan, kajian Nurkhairunnisha Amani Mohd Faizal, Nurul Emelda Abdullah Safarizal, dan Nur Farahkhanna Mohd Rusli (2022). Singkatan yang digunakan ini bukan sahaja menjadikan teks pendek tetapi juga boleh menimbulkan kesan psikologi dan emosi yang kebudak-budakan, cara berbahasa ini memperlihatkan bahawa mereka lebih kepada bermain-main dalam menyampaikan sesuatu. Bentuk singkatan yang dicipta oleh generasi Z ini juga agak tinggi jumlahnya yang menampakkan kreativiti walaupun secara asasnya dilihat sebagai menyalahi hukum tatabahasa bahasa Melayu itu sendiri. Bersesuaian dengan peringkat umur muda dan remaja, pembentukan singkatan ini menjadi satu fenomena baru dalam komunikasi digital. Bentuk-bentuk ini bukan sahaja memperlihatkan satu gaya baharu tetapi juga cenderung menunjukkan sifat dan sikap generasi Z yang tidak serius dalam berkomunikasi. Penggunaan bentuk singkatan sebegini ada kemungkinan turut mempengaruhi perangai dan keperibadian generasi Z yang dilihat sebagai generasi yang tidak pandai bergaul secara fizikal, tidak mementingkan kesantunan dan adab ketika berkomunikasi.

Walaupun bentuk penggunaan bahasa singkatan ini kelihatan menarik dan bersahaja, namun di sebalik fenomena berleluasanya penggunaan singkatan ini dilihat memberi satu pengaruh negatif dalam usaha pemantapan bahasa Melayu itu sendiri. Ini adalah kerana bentuk-bentuk singkatan yang dicipta bukan sahaja melanggar peraturan bahasa Melayu tetapi juga melemahkan jatidiri dan sikap cintakan bahasa Melayu dalam kalangan generasi Z. Penciptaan singkatan yang tidak terbandung ini juga membawa kepada pembentukan akhlak baru yang bertentangan dengan tradisi bangsa yang mementingkan kesantunan, kesopanan dan penggunaan bahasa yang baik ketika berkomunikasi.

PEMBENTUKAN KATA BAHARU (KONSONAN ATAU VOKAL)

Selain daripada singkatan, generasi Z juga cenderung membentuk kata baharu dengan hanya menggunakan konsonan atau vokal sahaja. Terdapat bentuk-bentuk kata ini boleh difahami dengan jelas, namun ada juga hanya difahami oleh golongan generasi Z sahaja. Antara contoh

perkataan baru yang dibentuk dengan hanya konsonan atau vokal sahaja adalah seperti dalam jadual di bawah.

JADUAL 2. Pembentukan Kata Baru (Konsonan atau Vokal)

Perkataan	Contoh penggunaan dalam ayat	Sumber
aaaaaaaaa	aaaaaaaaa 🙄 🙄 🙄 🙄 🙄 🙄 🙄 🙄	Twitter
aaaa	aaaa jgn laaa 🙄 🙄	TikTok
Jsjjsjsjs	Jsjjsjsjs takleh kalah ni.	Twitter
kjshsks	Lepas ig dia crash dia delete semua story pulak tu <i>kjshsks</i> geramnyaaa	Instagram
HSGZGZGZDZDVSG	NAK MARAH TPI CHAGIYA	Twitter
SGSGSGSGSGSGS	HSGZGZGZDZDVSGSGSGSGSGSGS	
hdbdhdnhs	My kawan German kata susahlah bahasa melayu <i>hdbdhdnhs</i>	Twitter
Wkwkwk	La'wak giler dia ni <i>wkwk</i>	TikTok
WKWKWKWK	Lucu la <i>wkwkwk</i> baby masuk jamban	YouTube
	Transcriptnya bestie <i>wkwkwkwk</i>	
x	Oke x bau dia ? Mual ii x ?	TikTok
	Kang x psl ii berebut lagy	Instagram

Penggunaan hanya konsonan atau vokal ini sebenarnya menunjukkan kreativiti generasi Z dalam menyatakan perasaan tanpa menyebut perkataan yang sempurna. Dari segi morfologi dan sintaksis, bentuk yang dihasilkan ini tidak boleh dianggap sebagai kata yang sebenarnya, namun setiap bunyi yang dihasilkan dalam komunikasi ini mengandungi makna yang tersendiri, iaitu menunjukkan emosi dan perasaan. Perasaan yang ingin disampaikan itu pula tertakluk kepada panjang atau pendeknya huruf yang digunakan. Pembentukan perkataan yang hanya menggunakan huruf vokal atau konsonan sahaja ini dicipta bagi menggambarkan perasaan atau emosi. *aaaaaaaaa* merujuk kepada kepelbagaian perasaan yang tidak menentu, begitu juga *aaaa* yang digunakan untuk tujuan merayu atau meminta belas kasihan. Manakala penggunaan huruf konsonan sahaja pula menggambarkan perasaan marah, risau, tidak pasti, tidak mahu dan bantahan. *HSGZGZGZDZDVSGS* adalah bentuk baru yang dicipta oleh generasi Z bagi menggambarkan rasa marah dan geram, *wkwkwk* melambangkan kegembiraan dan gelak ketawa, *x* menunjukkan tidak setuju, tidak mahu. Bentuk-bentuk baharu ini dikatakan bersifat sementara sahaja, namun kesan penggunaan bentuk yang baharu ini juga menunjukkan wujudnya kecelaruan identiti dalam kalangan generasi Z. Agak jelas bahawa terdapat kecelaruan identiti dalam kalangan generasi Z ini, dan ini ditunjukkan dalam binaan bentuk baru yang tidak tetap dan sentiasa berubah. Bentuk baharu ini menggambarkan bahawa generasi Z tidak lagi berpegang kepada peraturan tata bahasa yang ditetapkan dalam membentuk kata berdasarkan struktur dan sistem bahasa Melayu.

GABUNGAN KATA BAHASA MELAYU DAN INGGERIS

Dapatn kajian menunjukkan adanya gabungan bahasa Melayu dan bahasa Inggeris yang kerap digunakan oleh generasi Z ketika berkomunikasi. Ini menunjukkan bahawa mereka lebih mementingkan keselesaan dalam memilih bentuk kata berbanding menjaga peraturan bahasa Melayu itu sendiri. Hal ini dilihat sebagai tidak sihat, namun itulah yang menjadikan mereka terus menggunakan bahasa Melayu dalam komunikasi. Isu gabungan perkataan Melayu dan Inggeris ini sebenarnya sudah lama dibincangkan oleh pengkaji-pengkaji bahasa yang merujuk fenomena ini sebagai bahasa rojak, bahasa campuran, peralihan kod, dan percampuran kod. Seong (2006)

mengatakan bahawa percampuran kod dalam kalangan pengguna bahasa Melayu menunjukkan kerancuan atau kecelaruan identiti pengguna bahasa Melayu itu sendiri. Fenomena ini juga menunjukkan bahawa mereka yang menggunakan percampuran kod atau peralihan kod ketika komunikasi ini tidak tetap pendirian dan tidak mempunyai sifat cintakan bahasa Melayu.

JADUAL 3. Gabungan Kata Bahasa Melayu dan Inggeris

Perkataan	Contoh penggunaan dalam ayat	Sumber
<i>magnificent</i>	Weii magnificent cantik dooh 😊😊Trkejut doo	Twitter
<i>my brain</i>	my brain bila bos tanya kerja	Instagram
<i>single</i>	lama sangat single	TikTok
<i>heaven</i>	andai itu takdirnya by anaq kiriman heaven AKU	YouTube
<i>blushing</i>	HAHAHAHA YE D"anak kita"..blushingg doo akuu 😊😊😊❤️❤️OO	Instagram
	RAMAI NAK MALEH AKU	Instagram
	Mcm katak tepi rmh aku doe	Instagram
	sedap doe suara kawan nieee 😊😊😊	
<i>even</i>	ikut jugakk even benci peluhh	TikTok
<i>berdamage</i>	Berdamage gambar ke 3	

Penggunaan bentuk gabungan kata bahasa Melayu dan Inggeris ini sebenarnya menggambarkan satu perubahan penggunaan bahasa yang agak signifikan sesuai dengan perkembangan bahasa yang pada hari ini menggalakkan penguasaan lebih dari satu bahasa. Namun begitu, cara bentuk gabungan yang tidak terkawal ini juga boleh memberi impak yang negatif kepada keyakinan diri masyarakat hari ini, khususnya generasi Z dalam berkomunikasi secara fizikal. Penciptaan bentuk-bentuk kata bahasa Melayu yang digabungkan dengan bahasa Inggeris seperti dalam jadual 3 adalah fenomena yang lazim dalam komunikasi media sosial. Ini sesuai dengan pandangan (Carter & McCarthy, 2015) yang mengatakan bukti penggunaan bahasa dalam pangkalan data korpus membuktikan corak sembang maya, yang jelas disampaikan di skrin komputer, yang kebanyakannya membentuk fitur keadaan yang elipsis, kebebasan bentuk klausa, penandaan ayat, dan pewujudan sebutan yang membawa pembaca lebih dekat kepada komunikasi lisan yang bersahaja berbanding komunikasi tulisan yang terikat dengan struktur dan peraturan tatabahasa.

BENTUK KATA DENGAN MAKNA BARU

Kata dengan makna baru merujuk kepada penggunaan perkataan yang sedia ada dalam kosa kata bahasa Melayu tetapi diberi makna yang baharu dalam menyampaikan maksud. Berdasarkan data, generasi Z menggunakan perkataan sedia ada dengan menambah dan mengubah makna yang terkandung dalam perkataan tersebut. Penggunaan bentuk-bentuk perkataan sedia ada ini menunjukkan bahawa generasi Z sedar akan fungsi dan kewujudan perkataan tersebut dalam bahasa Melayu. Namun, dengan kreativiti sendiri mereka mengubah fungsi dan makna perkataan tersebut sesuai dengan tema dan ruang media sosial yang digunakan. Selain diberikan makna baru, perkataan yang dipilih juga diubah suai supaya selaras dengan emosi atau maksud yang ingin disampaikan.

JADUAL 4. Kata dengan makna baru

Perkataan	Contoh penggunaan dalam ayat	Sumber
nganjing	Time to <i>nganjing</i> <i>Nganjing</i> 2050	Instagram Twitter
menganjing	Aku rasa dia <i>menganjing</i> kat sorang mamat tu HAHAHHA	TikTok
nganyim	Hahaha demo <i>nganyim</i> kito ko	Facebook
siot	<i>Siott</i> beno kereta polis tu pakai fenyr hyper sport	Instagram
siott	Layan <i>siot</i> hahaha <i>Siott</i> cincin shopee	Twitter
siut	Hshshshshsh ape bende <i>siot</i> 75k	TikTok
	Ngekek <i>siut</i> aq tgk	YouTube
tacod	Esok lah Im nak? <i>Tacodd</i> saya kalau kau nak	TikTok
	aaa <i>tachod</i>	Instagram
gila	cantik <i>gila</i> dahlia	Instagram

Bentuk kata yang diberi makna baru ini banyak dibuat terhadap bentuk bahasa yang digunakan untuk bergurau atau melepaskan geram. Perkataan *nganjing* misalnya adalah satu bentuk penggunaan kata dengan makna yang lebih negatif. Perkataan *nganjing* merujuk kepada perbuatan mengata di belakang atau berkata buruk tentang sesuatu perkara atau seseorang, begitu juga perkataan *menganjing* yang merujuk kepada perbuatan mengumpat, mengata, mengutuk dan sebagainya. Perkataan *siot* misalnya, merujuk kepada luahan perasaan geram, kagum dan menunjukkan rasa marah tetapi dalam keadaan yang santai. Perkataan *siot* atau *siut* berasal dari perkataan *sial* dalam bahasa Melayu membawa maksud yang agak berbeza walaupun pada asal membawa maksud kata makian. Penggunaan perkataan *siot* atau *siut* bukan membawa maksud makian, sebaliknya merupakan penekanan atau penegasan yang nampak lebih santai dan boleh digunakan dalam pelbagai situasi berbanding *sial* yang kelihatan amat kasar apabila digunakan.

Penggunaan dan pengaplikasian bentuk-bentuk baru yang kreatif dalam kalangan generasi Z dalam media sosial ini pada umumnya sesuai dengan media sosial itu sendiri. Segala bentuk dan ciptaan baru ini juga membentuk satu keperibadian yang menjadi identiti generasi Z itu sendiri. Banyak kajian mendapati bahawa media sosial digunakan secara meluas oleh remaja generasi Z dengan pelbagai tujuan. Pelbagai impak juga dapat dilihat melalui penggunaan media sosial oleh generasi Z ini. Kajian oleh Manap, J. et al., (2016) misalnya mengatakan bahawa secara positif, media sosial membantu remaja generasi Z berhubung secara langsung dan kerap dengan keluarga yang tinggal berjauhan, berhubung dengan rakan, mengetahui dan memantau perkembangan ahli keluarga, mengetahui perkembangan terkini, mempelajari pelbagai perkara baru, membina dan mengukuhkan jaringan, mendokumentasikan pemikiran, bakat dan minat, menjimatkan kos untuk berhubung, dan menambah pendapatan melalui perniagaan, manakala dari sisi negatif pula media sosial memberikan impak lain seperti kurang kemahiran komunikasi secara bersemuka, pembaziran masa di media sosial dan pengabaian tanggungjawab, terdedah kepada maklumat/fakta yang salah, kebocoran maklumat peribadi yang penting, terdedah kepada fitnah, penipuan dan buli siber, terlibat dalam jenayah siber tanpa kawalan, mewujudkan konflik identiti dan hubungan yang tidak harmoni. Tidak dapat dinafikan bahawa melalui komunikasi di media sosial generasi Z dapat menyerlahkan kreativiti masing-masing, namun banyak perkara lain seperti budaya, cara hidup, cara berbahasa, pembentukan identiti juga perlu diberi perhatian di sebalik kebebasan komunikasi secara maya di media sosial ini.

IMPAK NEGATIF KOMUNIKASI DIGITAL

Di sebalik manfaat kreativiti dalam komunikasi digital, terdapat juga beberapa kesan negatif. Antaranya ialah kemerosotan kualiti bahasa, pengurangan kemahiran komunikasi tatap muka, dan kesan psikologi negatif seperti kebimbangan dan kemurungan (Anderson & Jiang, 2018). Kreativiti ini juga boleh membawa kepada kemerosotan kualiti bahasa. Penggunaan singkatan dan slanga yang meluas boleh menyebabkan penurunan standard bahasa, terutama dalam konteks formal (Brown & Cantor, 2000). Antara kemerosotan kualiti bahasa yang menjadi isu yang serius ialah penggunaan bentuk-bentuk bahasa yang tidak terkawal. Penggunaan slanga, singkatan, dan bentuk bahasa yang tidak formal boleh menyebabkan kerosakan kepada penggunaan bahasa standard yang betul. Sebagai contoh, apabila remaja menggunakan singkatan seperti "*idk*" (*I don't know*) atau "*lol*" (*laugh out loud*), "*aptb*" (apapun tak boleh), "*tst*" (tahu sama tahu), dalam komunikasi digital akan boleh menghalang pemahaman dan penguasaan bahasa standard yang baik.

Akibat daripada komunikasi digital ini, para remaja kurang berinteraksi secara bersemuka. Ini menyebabkan kemahiran interpersonal mereka menurun. Apabila generasi Z lebih kerap berkomunikasi melalui mesej teks atau media sosial, mereka mungkin kurang terlatih dalam membaca bahasa badan atau ekspresi wajah yang penting dalam komunikasi antara manusia. Sebagai contoh, seorang remaja yang terbiasa berinteraksi melalui telefon bimbit atau komputer mungkin menghadapi kesukaran dalam membina hubungan interpersonal yang kukuh di dunia nyata. Selain itu, berkomunikasi secara digital ini boleh mengganggu pertumbuhan kognitif. Kajian menunjukkan bahawa penggunaan media sosial yang berlebihan boleh menyebabkan kesan psikologi negatif seperti kebimbangan dan kemurungan. Contohnya, apabila seseorang remaja boleh merasa tertekan kerana tidak mendapat jumlah '*likes*' atau '*followers*' yang diinginkan di platform media sosial, secara tidak langsung perkara ini boleh menyebabkan rasa tidak berharga atau merosakkan keyakinan diri mereka.

KESIMPULAN

Generasi Z menunjukkan kreativiti tinggi dalam komunikasi media sosial, yang menghasilkan aspek positif seperti inovasi bahasa melalui penciptaan kata-kata dan frasa baru, serta ekspresi kreatif menggunakan emoji, GIF, dan meme, menjadikan komunikasi lebih dinamik dan menyeronokkan. Mereka juga menunjukkan adaptasi terhadap kepelbagaian budaya melalui gabungan bahasa. Namun, terdapat juga aspek negatif seperti penurunan standard bahasa formal akibat gaya penulisan santai yang sering mengabaikan tatabahasa, komunikasi yang menjadi lebih dangkal akibat penggunaan simbol dan singkatan, serta ketidakstabilan bahasa kerana tren yang berubah terlalu cepat. Ini mencetuskan cabaran dalam mengekalkan keseragaman dan kedalaman dalam penggunaan bahasa. Kajian ini mendapati bahawa Generasi Z menggunakan kreativiti dalam komunikasi digital mereka dengan pelbagai cara, termasuk penciptaan perkataan baru, penggunaan emoji dan meme, serta penggabungan bahasa. Walaupun kreativiti ini mempunyai banyak kelebihan, namun boleh juga membawa kepada beberapa kesan negatif seperti kemerosotan kualiti bahasa dan kesan psikologi negatif.

PENGHARGAAN

Sekalung penghargaan kepada Universiti Kebangsaan Malaysia yang membiayai geran penyelidikan "Perubahan Normalisasi Bahasa dalam Komunikasi Internet" GUP-2023-034.

RUJUKAN

- Al-Rahmi, W. M. & Othman, M. O. (2013). Evaluating Student's Satisfaction of Using Social Media Through Collaborative Learning in Higher Education. *International Journal of Advances in Engineering & Technology*. 6(4), p.1541-1551.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, Social Media & Technology 2018. Pew Research Center.
- Atnan, N. & Abrar, A. N. (2023). Relation of Social Media Literacy, Trust, and Information Quality on Public Communication Behaviour in Urban Local Government Social Media in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, Jilid 39(2) 2023: 210-226. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3902-12>
- Berger, J. B., Hertzum, M., & Schreiber, T. (2016). Does local government staff perceive digital communication with citizens as improved service? *Government Information Quarterly*, 33(2), 258-269. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.03.003>
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Brown, B., & Cantor, J. (2000). An agenda for studying youth on the Internet. *Journal of Adolescent Research*, 15(1), 107-117.
- Carter, R. (2016). *Language and Creativity: The Art of Common Talk*. (Second Edition) London and New York: Routledge Taylor & Francis Group
- Craig, A. P. (2003). Culture and the Individual. *Theory & Psychology*, 13(5), 629–650. <https://doi.org/10.1177/09593543030135007>
- Faizal, A. A. M., Safarizal, N. E. A., & Rusli, N. F. M. (2022). Penggunaan Bahasa Rancu Dalam Medium Twitter Oleh Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Bahasa Melayu*. Hal 19-28
- Halim, F. W., et al (2017). Identiti Generasi Z dari Perspektif Personaliti, Motivasi Pencapaian dan Kesukarelawan: Impaknya Terhadap Kesediaan ke Tempat Kerja. <https://www.ukm.my/kita/wp-content/uploads/3.Manuskrip-ICIP.Dr-Fatimah-wati-Halim-A>
- Handford, M., & Koester, A. (2019). The construction of conflict talk across workplace contexts: (towards) a theory of conflictual compact. *Language Awareness*, 28, 186 - 206.
- Hassan, M. S., Mahbob, M. H., Sah Allam, S. N., Mustaffa, F., & Ibrahim, N. A. N. (2022). Media literacy and young people's integrity in political participation: A structural equation modelling approach. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(4), 355–373. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3804-20>
- Jaafar, S. (2005). Fungsi leksikal "bunga" dalam simpulan bahasa dan peribahasa bahasa Melayu. *Jurnal Bahasa*, 5(4), 40-66. Dicapai daripada <https://jurnal.dbp.my/index.php/jurnalbahasa/article/view/8608/4113>
- Johnson-Laird, P. N. (1988). Freedom and constraint in creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *The nature of creativity: Contemporary psychological perspectives* (pp. 202–219). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Kasuma, S. A. A. (2017). Using Facebook for English Language Learning: the differences among gender and ethnicity. *Journal of Nusantara Studies* 2017, Vol 2(1), p.177-193. Retrieved 14 June, 2019 <https://journal.unisza.edu.my/jonus/index.php/jonus/article/view/49/116>

- Manap, J. et al., (2016). *Penggunaan dan Implikasi Media Sosial Terhadap Remaja Generasi Z. (15) (PDF) Penggunaan dan Implikasi Media Sosial Terhadap Remaja Generasi Z.* Available from: https://www.researchgate.net/publication/309668766_Penggunaan_dan_Implikasi_Media_Sosial_Terhadap_Remaja_Generasi_Z [accessed Aug 08 2023].
- Mark McCrindle & Emily Wolfinger (2010). *Generations Defined*. In *Ethos: Social Education* Victoria 18 (1):8 (2010)
- Maybin, J. & Swann, J (2006). *The Art of English: Everyday Creativity*. United Kingdom: Macmillan Education
- Mohd Hamizi, M. A. F. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Baharu dan Impaknya Terhadap Masyarakat Malaysia. *Perspektif Jurnal Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 15, 24–37. <https://doi.org/10.37134/perspektif.vol15.sp.3.2023>
- Muhazir, S. M. & Ismail, N. (2015). Generasi Z: Tenaga Kerja Baru dan Cabarannya. *Artikel Psikologi Tahun 2015. Jabatan Perkhidmatan Awam*
- Nazim, A. M., Sham F. M., & Hamjah, S. H., (2013) Ciri-ciri remaja berisiko: kajian literatur. *Islamiyyat : Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam; International Journal of Islamic Studies*, 35 (1). pp. 111-119. ISSN 0216-5636
- Nik Lah, N. M. I., Kumaran, P. V., Jasmi, K. A. (2019). “Media Sosial dan Impak kepada Perkembangan Bahasa Menurut Islam” in Jasmi, K. A. (Ed.), *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM’19)* pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 195-210
- Novita Rosanti et al., (2024), *BANK DIGITAL:Generasi Z dan Inovasi Perbankan*. Dalam https://www.researchgate.net/publication/381926976_BANK_DIGITAL_Generasi_Z_dan_Inovasi_Perbankan
- Peter Potash, Alexey Romanov, and Anna Rumshisky. 2018. *Evaluating Creative Language Generation: The Case of Rap Lyric Ghostwriting*. In *Proceedings of the Second Workshop on Stylistic Variation*, pages 29–38, New Orleans. Association for Computational Linguistics.
- Seong, T. K. (2006). Kerancuan dalam bahasa melayu. *Jurnal Bahasa*, 6(4), 698-711.
- Sonnenburg, S. (2004), *Creativity in Communication: A Theoretical Framework for Collaborative Product Creation*. *Creativity and Innovation Management*, Nr. 13:4, S. 254–262.
- Stockwell, P (2009). *Texture: A Cognitive Aesthetics of Reading*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Stubbs, M (2001). *Words and Phrases: Corpus studies on Lexical Semantics*. Massachusetts:Blackwell Publishers
- Swan, K. (2017). *Gaining Perspective: Social Media’s Impact on Adolescent Literacy Development*, Education and Human Development Master’s Theses, 767, p.1-41.
- Wahab, A. K. (2018). Ciri dan Fungsi Komunikatif Bahasa Melayu Sabah dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* Jilid 34(4) 2018: 58-74 <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3404-04>
- Yusof, M (2018). Trend Ganti Nama Diri Bahasa Melayu dalam Konteks Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* Jilid 34(2) 2018: 36-50. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3402-03>

- Yusof, M., Baharudin, R., Ja'afar, S., & Harun, K. (2022). Lakuan Tutur Terima kasih: Strategi Pragmatik yang digunakan dalam kalangan Generasi Z Melayu. *Jurnal Bahasa*, 22(1), 1-28
- Zainal, Z. & Rahmat, N. H. (2020). Social media and its influence on vocabulary and language learning: A case study. *European Journal of Education Studies*, 7 (11), 1-18
- Buckingham, D. (2008). Introducing identity. In *Youth, Identity, and Digital Media* (pp. 1-24). MIT Press.
- Lenhart, A. (2015). Teens, social media & technology overview 2015. Pew Research Center.
- Sampath, S., & Goswami, S. (2019). Exploring the role of digital natives' hyper-connected lives in enhancing their online cognitive skills. *Computers in Human Behavior*, 91, 238-247.
- Twenge, J. M. (2017). *IGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy--and completely unprepared for adulthood*. Simon and Schuster.

Salinah Ja'afar (Penulis koresponden)
Akademi Pengajian Melayu
Universiti Malaya
50603 Kuala Lumpur, Malaysia
Emel: b1salina@um.edu.my

Maslida Yusof
Pusat Kelestarian Warisan dan Kebitaraan Melayu
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan
Universiti Kebangsaan Malaysia
46300 Bangi, Selangor, Malaysia
Emel: maslida@ukm.edu.my

Rusmadi Baharuddin
Dewan Bahasa dan Pustaka
Kuala Lumpur, Malaysia
Emel: rusmadi@dbp.gov.my

Karim Harun
Pusat Kelestarian Warisan dan Kebitaraan Melayu
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan
Universiti Kebangsaan Malaysia
46300 Bangi, Selangor, Malaysia
Emel: linguist@ukm.edu.my

Zaitul Azma Zainon Hamzah
Persatuan Linguistik Malaysia
Kuala Lumpur, Malaysia
Emel: azmahamzah@gmail.com