

## Remaja dan Media: Penyerlahan 'Suara Remaja' Berdasarkan Isu dan Penggunaan Bahasa

HISHAMUDIN ISAM  
MASHETOH ABD MUTALIB  
YUSNIZA YAAKUB  
MARZALINA MANSOR  
*Universiti Utara Malaysia*

### ABSTRAK

Remaja kini sering menjadikan media sosial sebagai medan mengembangkan potensi diri. Saluran tersebut digunakan untuk menyuarakan pendapat mengenai pelbagai isu kontemporari dengan menggunakan bahasa mengikut cara dan gaya yang tersendiri. Apabila disoroti perkembangan kajian berkaitan remaja dan internet, khususnya kajian remaja dan media sosial, jelas sekali sudah banyak penyelidikan yang telah dijalankan. Namun begitu, kajian yang mengacu kepada isu yang diperkatakan remaja, cara bahasa tersebut digunakan dalam mengetengahkan sesuatu isu dan aspek sosial dan identiti yang berkaitan, sering dikaji secara terpisah sehingga menyebabkan kajian tentang remaja menjadi sangat terbatas. Sehubungan itu, kajian ini dijalankan bertujuan meneliti suara remaja dari aspek isu yang diperkatakan dan penggunaan bahasa yang menyerlahkan setiap isu yang diperkatakan di media sosial *Facebook*. Seramai 150 orang responden dalam kalangan remaja bersetuju menjadikan *Facebook* mereka sebagai data kajian menerusi Operasi Pengiklanan Maya. Proses pemerolehan data berasaskan analisis korpus dijalankan dengan mengekstrak sejumlah 50,000 hantaran dan komen balas *Facebook* melalui penggunaan kata kunci yang dipilih berasaskan prinsip kognitif. Proses penganalisan data pula dibuat melalui proses pengkategorian dan pengesanan maklumat teks kata bersandarkan pendekatan prosodi semantik. Hasil analisis menunjukkan terdapat sekurang-kurangnya 10 tema yang begitu popular disuarakan oleh remaja di *Facebook*, dengan tiga (3) daripadanya ialah tema utama, iaitu tema perhubungan, ekonomi dan politik. Setiap tema telah memperlihatkan sisi diri remaja yang berani menyatakan pendirian, emosi, hasrat dan harapan mereka.

**Kata kunci:** *Remaja, media sosial, Facebook, korpus, prosodi semantik.*

## Teenagers and Media: Highlighting 'Teen Voices' Based on Issues and Language Use

### ABSTRACT

Teenagers often use social media as a platform to develop their potential. The channel is used to express their views on various contemporary issues using their own ways and unique style of language. A review of previous studies on teenagers and the internet, especially teenagers and social media clearly shows that a lot of research has been conducted. However, studies that focus on issues discussed by teenagers, the language they use in highlighting certain issues and the related social and identity aspects, are often studied separately resulting in teenager-related studies to be very limited. Thus, this study was conducted to examine the voices of teenagers from the aspect of issues discussed and the use of language that highlights every issue discussed on social media Facebook. A total of 150 respondents among teenagers agreed to make their Facebook as data through Virtual Advertising Operations. The process of obtaining data based on corpus analysis was carried out by extracting a

total of 50,000 Facebook submissions and comments through the use of selected keywords based on cognitive principles. The process of data analysis was done through the process of categorization and detection of word text information based on the semantic prosody approach. The results of the analysis showed that there are at least 10 very popular themes voiced by teenagers on Facebook, with three (3) of them being the main theme, namely the themes of relationships, economics and politics. Each theme has shown the side of teenagers who dare to express their stance, emotions, desires and hopes.

**Keywords:** *Teenagers, social media, Facebook, corpus, semantic prosody.*

## PENGENALAN

Sejajar dengan perkembangan dunia dalam talian, kemunculan media sosial sebagai platform komunikasi terkini boleh dianggap sebagai pelengkap kepada kehidupan berasaskan digital. Nur Firza Shafiqah dan Normaliza (2021) mengatakan, melalui perantara media sosial, komunikasi tidak lagi sekadar tertumpu kepada aktiviti pemindahan informasi yang menjadi penghubung antara dua pihak. Malah lebih daripada itu, komunikasi berperantara media sosial juga dapat dijadikan platform pilihan untuk memperoleh maklumat sosiologi dan psikologi penggunaannya melalui perantara bahasa yang digunakan (Willaert, Eecke, Beuls & Steels, 2020). Dalam membincangkan hal ini, menurut Crystal (2010), bahasa ialah simbol bagi identiti sesuatu kelompok masyarakat. Hubungan antara bahasa dan identiti begitu kukuh sehingga dengan hanya penggunaan satu fonemik sahaja, dapat dikaitkan identiti seseorang dengan sesuatu kumpulan (Tabouret-Keller, 2017). Oleh hal yang demikian, jelas menunjukkan penggunaan bahasa semasa berkomunikasi seperti di media sosial atau sembang maya, mampu menyerlahkan maklumat sosiologi dan psikologi penggunaannya.

Kelompok yang paling berpengaruh dalam memanipulasikan penggunaan media sosial ialah remaja (Cipolletta, Malighetti, Cenedese & Spoto, 2020). Menurut Safko (2010) antara kegunaan utama media sosial oleh seseorang remaja ialah membina rangkaian sosial, perkongsian foto, audio dan video, permainan atas talian, dan kegunaan *live casting*. Sebagai kumpulan yang paling dekat dengan dunia komunikasi berperantara media sosial, remaja sering menjadikan platform ini sebagai wadah atau medan untuk mengembangkan potensi diri (Ahmad Fuad, Khairul Faiz, Hishamudin, & Mashetoh, 2020). Hipotesisnya, semasa melakukan pelbagai aktiviti berpusatkan media sosial, remaja sering menggunakan saluran tersebut untuk menyuarakan pendapat mengenai isu kontemporari dengan menggunakan bahasa dan memmanifestasikan emosi mengikut cara dan gaya yang tersendiri. Tindakan tersebut mampu menterjemahkan identiti keremajaan melalui pendirian, emosi, hasrat dan harapan mereka. Keadaan ini amat bersesuaian dengan tahap kematangan mereka yang memperlihatkan proses transisi daripada zaman kanak-kanak kepada alam dewasa yang melibatkan empat proses iaitu pertumbuhan jasmani, emosi, mental dan keperibadian sosial (Giedd, 2018).

Justeru, bertitik tolak daripada isu tersebut, kajian ini dijalankan bertujuan meneliti suara remaja dari aspek isu yang diperkatakan dan penggunaan bahasa yang menyerlahkan setiap isu yang diperkatakan di media sosial *Facebook*. Berlandaskan analisis korpus dengan menjadikan akaun remaja terpilih sebagai sumber kajian, data telah dianalisis berdasarkan proses pegesanan maklumat teks menerusi teori prosodi semantik.

## SOROTAN KAJIAN

Kajian berkenaan remaja dan internet telah banyak dijalankan. Walau bagaimanapun, kebanyakan kajian yang dijalankan lebih memfokuskan kepada perkaitan remaja dan internet yang dihubungkan secara langsung dengan isu personaliti (Gurven, Rueden, Massenkoff, Kaplan & Vie, 2013), komunikasi (Banyai, Zsila, Kiraly, Maraz, Elekes, Griffiths, Andreassen, & Demetrovics, 2017), ketagihan (Normah, Wan Amizah, Maizatul & Mohd Helmi, 2013), *gender* (Sherlyanita & Rakhmawati, 2016), dan komputer sebagai peranti penting (Khan & Magdalene 2016). Kesemua kajian ini telah memberi sumbangan yang besar dalam menjelaskan isu berkaitan remaja dan internet, khususnya dari aspek sosial. Namun begitu, dari perspektif yang lain, permasalahan ini seharusnya dikaitkan dengan penggunaan bahasa oleh remaja yang didasarkan oleh pengaruh atau kesan daripada penggunaan Internet.

Sesuatu yang menarik untuk diteliti mengenai aspek penggunaan bahasa oleh remaja di internet khususnya media sosial ialah berkaitan suara remaja (*teen-speak*) yang tidak lagi mengacu kepada aspek penggunaan kata semata-mata. Sebaliknya pemerhatian difokuskan kepada isu atau hal yang diperkatakan remaja, cara bahasa digunakan dalam mengetengahkan isu yang diperkatakan dan aspek emosi yang terkait semasa menggunakan bahasa untuk memperkatakan isu yang dibincangkan. Ketiga-tiga aspek ini juga bukanlah perkara asing dalam dunia penyelidikan, tetapi sering dikaji secara berasingan. Contohnya, kajian yang memfokuskan kepada perbincangan suara remaja dari aspek isu yang diperkatakan oleh remaja telah dijalankan oleh Mendoza-Denton (1996), Bucholtz (1999), Tagliamonte (2005), Crawford, Edelson, Skwerer dan Tager-Flusberg (2007), serta Hitle, Vandekerckhove dan Daelemans (2016). Walau bagaimanapun, fokus utama kajian ialah mengaitkan hubungan secara tidak langsung antara isu yang diperkatakan oleh remaja dengan personaliti remaja terbabit yang dibahaskan dari perspektif psikolinguistik.

Kajian yang membincangkan bahasa yang digunakan untuk mengetengahkan isu yang diperkatakan oleh remaja pula telah dijalankan oleh Supyan (2007), Tagliamonte dan Denis (2008), Al-Khatib, dan Sabbah (2008), Tay (2011), Noor Azuan, Nor Liza, Rosmah dan Hawati (2015), serta Nur Azlina dan Nurhasyinda (2017). Namun, kesemua kajian ini kebanyakannya masih bertumpu kepada permasalahan kajian berkaitan aspek penggunaan atau pemilihan kata. Walaupun ada kajian yang cuba keluar daripada kemelut persoalan berkaitan pemilihan kata, namun boleh dikatakan kajian tersebut masih pada peringkat permulaan atau rintis. Seterusnya, kajian yang menyentuh aspek emosi berkaitan remaja, bahasa dan internet pula, kebanyakannya hanya berfokus pada satu emosi yang telah dipilih berdasarkan dapatan tertinggi dalam hasil analisis kajian. Misalnya kajian oleh Namkong, Fung, dan Scheufele (2012), Gao, Xu dan Wang (2015), Stark (2016), Erreygers, Vandebosch, Vranje, Baillien dan De Witte (2016).

Daripada perbincangan yang dinyatakan ini, jelas bahawa masih terdapat lompong yang boleh diisi dalam kajian remaja dan media sosial, khususnya kajian yang meneliti suara remaja dari aspek isu yang diperkatakan dan penggunaan bahasa yang menyerlahkan setiap isu yang diperkatakan di media sosial *Facebook*.

## METODOLOGI

Prosedur penelitian suara remaja dari aspek isu yang diperkatakan dan penggunaan bahasa yang menyerlahkan setiap isu yang diperkatakan di media sosial *Facebook* adalah berlandaskan analisis korpus. Prosedur ini dibahagikan kepada tiga proses utama iaitu proses pemerolehan, pengumpulan dan penganalisan data.

Proses pemerolehan data dijalankan menerusi Operasi Pengiklanan Maya (OPM), iaitu suatu operasi standard yang sering digunakan untuk memperoleh data daripada pangkalan data raya yang bersifat umum dan terbuka seperti *Facebook* (Nor Fazilah & Hishamudin, 2020). Langkah dimulakan dengan membina satu halaman (*page*) dengan tujuan mewujudkan profil penyelidik. Halaman yang dibina akan diiklankan kepada pengguna *Facebook* dengan tujuan mendapatkan seramai mungkin sampel untuk keperluan kajian. Operasi pengiklanan sebegini dianggap sangat berkesan dalam usaha mencari responden yang bersesuaian dengan ketetapan yang dibuat pembina halaman pengiklanan (Awl, 2011). Dalam kajian ini, seramai 150 orang remaja daripada pelbagai latar belakang status, sosio, dan ekonomi telah bersetuju menjadi responden dan membenarkan data hantaran dan komen balas mereka menerusi *Facebook* dianalisis. Sebelum diterima sebagai responden, satu sesi soal selidik maklumat sendiri bagi setiap responden telah dibuat melalui penggunaan saluran *chat* dan *Facebook messenger*, seperti yang disarankan oleh Tuten dan Solomon (2017).

Proses pengumpulan data yang dijalankan selama setahun (1 Januari 2018 hingga 31 Disember 2018), dimulakan dengan memuat turun 50, 000 hantaran dan komen balas yang disiarkan menerusi *Facebook* responden. Data yang dianggap data mentah ini diberi tanda (*tagging*) untuk mewakili profil responden. Setelah proses muat turun data selesai dijalankan, kerja-kerja menyaring kesemua data yang dikumpul dilakukan bagi memastikan keperluan dan syarat kajian dipenuhi. Daripada keseluruhan 50, 000 hantaran dan komen balas data mentah, sejumlah 29, 780 hantaran dan komen balas sahaja dianggap sebagai data bersih yang boleh dianalisis kerana hantaran dan komen balas tersebut memiliki kata kunci terpilih. Kata kunci terpilih ialah kata kunci yang boleh menyerlahkan tema dan isu yang disuarakan oleh remaja ketika berkomunikasi. Kerja-kerja penyaringan data dijalankan dengan berasaskan analisis korpus menggunakan program daftar kata *AntConc* bagi memperoleh profil statistik maklumat baris konkordans dan senarai kata.

Proses penganalisan data pula melibatkan dua langkah. Langkah pertama dijalankan menerusi proses pengklasifikasian. Menerusi proses ini, setiap data bersih yang telah dikenal pasti, akan diklasifikasi secara manual ke dalam kategori tertentu yang dibina berdasarkan prinsip kognitif oleh Taylor (1995), iaitu menerusi ciri-ciri persamaan bentuk penggunaan atau kesepunyaan seperti persamaan bentuk, saiz, dan bahan, serta aspek atribut atau sifat sesuatu objek. Memandangkan langkah penganalisan data dijalankan secara manual, maka hasil analisis perlu disemak beberapa kali sebelum disemak semula oleh seorang pakar untuk tujuan semakan keabsahan (*validity check*) dan semakan keandalan (*reliability check*) (Creswel, 2008).

Langkah kedua ialah dengan menjalankan proses pengesanan maklumat teks bagi setiap kata kunci terpilih. Pengesanan dibuat bersandarkan kepada teori prosodi semantik (Stewart, 2010). Teori ini menggagaskan bahawa sesuatu kata boleh dikenal pasti dan dikesan maklumat teksnya melalui dua proses, iaitu proses lekapan makna (*attached meaning*) dan pemindahan makna (*transferred meaning*). Lekapan makna ialah proses atau keadaan bagi sesuatu kata yang memperoleh maklumat (misalnya makna atau nilai) hasil daripada lekapan kata-kata lain yang bergabung, berdekatan atau berkolokasi dengan kata tersebut. Sesuatu yang bersifat melekap, biasanya melibatkan proses perpindahan dari suatu lokasi kepada suatu lokasi yang lain. Dalam pendekatan prosodi semantik, proses lekapan sesuatu kata telah menyebabkan wujudnya unsur pemindahan makna yang dijelaskan sebagai "... *meanings are 'attached, taken on, or acquired' would suggest that they have arrived from elsewhere, and there is no doubt that the idea of semantic transfer is crucial to a great many descriptions of semantic prosody*" (Stewart, 2010, hlm. 42). Proses lekapan makna dan pemindahan makna

juga melibatkan unsur diakronik, atau perubahan masa. Hal ini bermaksud perubahan masa boleh menyebabkan berlakunya perubahan makna dan nilai sesuatu kata. Proses ini juga membantu pemahaman keseluruhan ayat agar dapat difahami dengan lebih berpeda.

#### ANALISIS DAN PERBINCANGAN

Hasil analisis terhadap hantaran dan komen balas siaran remaja di *Facebook* menunjukkan, terdapat sekurang-kurangnya sepuluh tema popular yang menjadi tumpuan utama komunikasi remaja. Tema paling popular ialah tema perhubungan diikuti oleh tema ekonomi, politik, perayaan, persekolahan, aktiviti sosial, kecantikan, keagamaan, perkahwinan dan alam. Setiap satu tema disertakan isu yang menjadi nadi dalam sembang komunikasi maya tersebut. Misalnya tema perhubungan dengan tiga isu utama, iaitu berkenaan isu ikatan dan penyambungan, isu nilai, norma dan budaya, dan isu tindakan bersama. Bagi tema ekonomi, tiga isu yang sering melingkari tema ini ialah isu berkaitan kewangan, taraf hidup dan pengetahuan. Sementara itu, bagi tema politik, terdapat empat isu utama, iaitu isu berkaitan krisis politik, pemimpin, isu semasa, dan nilai patriotik yang sering diutarakan oleh remaja. Kesemua tema boleh dianggap mewakili suara remaja kerana setiap isu dalam tema memaparkan pendirian, emosi hasrat dan harapan. Daripada keseluruhan 10 tema popular yang dijumpai, berikut disertakan Jadual 1 yang memaparkan dapatan tiga tema dominan yang menjadi tumpuan utama komunikasi remaja, iaitu tema perhubungan, ekonomi dan politik.

Jadual 1: 5 Tema sembang remaja Malaysia di Facebook

TEMA	ISU	U N I T	L								P								J
			SR		SM		IPT		BK		SR		SM		IPT		BK		
			B	LB	B	LB	B	LB	B	LB	B	LB	B	LB	B	LB	B	LB	
Perhubungan	Ikatan & Penyambungan	K	97	223	321	381	482	310	291	251	392	203	322	376	441	327	491	431	8966
		%	1.1	1.4	3.7	4.4	5.6	3.6	3.4	2.9	4.5	2.4	3.7	4.3	5.1	3.8	5.7	5.0	
	Nilai, Norma & Budaya	K	3	9	27	31	208	231	312	301	6	9	104	98	39	23	156	189	
		%	0.1	0.1	0.3	0.3	1.2	2.6	3.6	3.5	0.1	0.1	1.2	1.1	0.5	0.3	1.8	2.2	
	Tindakan Bersama	K	10	31	23	38	102	201	272	197	175	189	220	75	47	81	101	119	
		%	0.1	0.4	0.3	0.4	1.2	2.3	2.0	2.3	2.0	2.2	1.4	0.9	0.5	0.9	1.2	1.4	
Jumlah		110	263	371	450	792	742	875	749	573	401	646	549	527	431	748	739		
%		1.2	3	4	5	8.8	8.3	9.8	8.4	6.4	4.5	7.2	6.1	6	5	8.3	8	100	
Ekonomi	Kewangan	K	33	23	34	67	521	491	438	441	77	26	321	201	532	494	434	403	8766
		%	0.4	0.3	0.4	0.8	6.1	5.7	5.1	5.2	0.9	0.3	3.8	2.4	6.2	5.8	5.1	4.7	
	Taraf Hidup	K	10	9	23	61	221	109	298	201	29	9	201	110	271	159	203	301	
		%	0.1	0.1	0.3	0.7	2.6	1.3	3.5	2.4	0.4	0.1	2.4	1.3	3.2	1.9	2.4	3.5	
	Pengetahuan	K	17	60	55	30	34	40	219	271	57	60	284	107	276	140	189	176	
		%	0.2	0.7	0.6	0.4	0.4	0.5	2.6	3.2	0.7	0.7	3.3	1.3	3.2	1.6	2.2	2.1	
Jumlah		60	92	112	158	776	640	955	913	163	95	806	418	1079	793	826	880		
%		0.5	1	1	2	9	7	11	10	2	1	9	5	12	9	9.5	10	100	
Politik	Krisis Politik	K	56	44	10	13	201	271	336	340	99	48	23	55	201	270	336	350	7848
		%	1.0	0.8	0.2	0.2	3.7	5.0	6.1	6.2	1.8	0.9	0.4	1.0	3.7	5.0	6.2	6.4	
	Pemimpin	K	11	21	86	101	208	211	225	212	91	102	198	195	308	305	272	242	
		%	0.2	0.4	1.6	1.9	3.8	3.9	4.1	3.9	1.7	1.9	3.6	3.6	5.6	5.6	5.0	4.4	
	Isu semasa	K	30	34	34	38	31	29	192	97	21	35	30	28	20	29	292	197	
		%	0.5	0.6	0.6	0.7	0.6	0.5	3.5	1.8	0.4	0.6	0.5	0.5	0.4	0.5	5.3	3.6	
Nilai patriotik	K	66	27	98	71	45	62	61	45	71	81	124	157	97	90	97	78		
	%	1.2	0.5	1.8	1.3	0.8	1.1	1.1	0.8	1.3	1.5	2.3	2.9	1.8	1.6	1.8	1.5		
Jumlah		163	126	228	223	485	573	814	694	282	266	375	435	626	694	997	867		
%		2	1.6	3	3	6.2	7.3	10	9	3.6	3.4	4.8	5.5	8	9	12.7	11	100	

### Tema Perhubungan

Tema perhubungan ialah tema yang diklasifikasikan pada hantaran yang menyerlahkan isu berkaitan ikatan dan penyambungan dalam sesuatu perhubungan, isu nilai, norma dan budaya yang menjadi intipati dalam sesuatu perhubungan serta isu tindakan bersama yang diamalkan dalam sesuatu perhubungan, bersamaan dengan konsep perhubungan yang dinyatakan oleh Norris (2002), Hossain dan Ali (2014), dan Aureli dan Schino (2019). Tema ini paling kerap diutarakan oleh remaja lelaki di institusi pengajian tinggi (IPT) dan remaja perempuan yang sudah bekerja, dan berada di lokaliti bandar.

Berdasarkan contoh 1 hingga 15 yang dipaparkan, tema perhubungan mudah dikesan melalui penggunaan kata kunci yang kerap diulang-ulang, iaitu *perhubungan* (dengan kepelbagaian bentuk ejaan) dan sering berkolokasi dengan kata-kata atau frasa yang dapat memaparkan isu yang diketengahkan. Misalnya, bagi tema ikatan dan penyambungan, antara kata-kata yang kerap muncul ialah seperti *menjalin*, *stay bersama*, *tetap bersama* dan *sentiasa bersama* (contoh 1 hingga 5). Bagi isu nilai, norma dan budaya, antara kata-kata atau frasa yang kerap muncul seperti dalam contoh 6 hingga 10, iaitu *nilai*, *pegangan*, *peraturan*, dan *maruah diri*. Manakala bagi isu tindakan bersama, antara kata-kata yang kerap muncul ialah *sama-sama* dan berkolokasi dengan kata *jaga*, *doakan*, *hentam*, *ubah*, dan *rasa*.

1. Aku hanya tengok hati, bukan paras rupa. "really? I've question for you" Kalau betul kau jenis tidak memilih paras rupa, cuba bayangkan kekasih kau bibirnya sumbing atau cacat "masihkah kau setia *mjalinkan pehubungn* kepadanya? [L/IPT/LB/22/12]
2. Jangan kata nak *setia*, maybe nak *stay bersama* si dia itu pun susah. 🙄👉 Sebenarnya Aku Tak Faham Knp Ad Org Yg Curang Dkt Org Yg Dah Setia Dlm **Prhubungan**. Sedih. Knp Ekk? [P/SM/LB/17/22]
3. Asal hensem jek masing<sup>2</sup> gatal nak kenai nak Kawan, myampah,abis aku yang hodoh ni?Xlayak on **perhubungan**? Kawan dgn orang yg cantik edit gune b612 ke 😊😐😄😂 😊😐 salam perkenalan, aku *sedia mjalin* pershbtn, sgt *setia*, ramah, baik hati.. haahaa terpuji dri sdri. [L/SM/B/14/12]
4. Kata ikhlas berkawan, ikhlas dalam **perhubungan**, *tetap bersama* susa senang 😊😂 tapi seen tu bukan ikhlas tu bila memerlukan je cari. X *setia*. Kepala otak engko 😊😂 # nak berkawan pon memilih ke 😐 #syaiton betul 😐😐 [L/SM/B/16/6]
5. dia juga slalu bt aq happy 😊😂..Dia slalu mrh aq 😐😐..dn dia juga yg pujuk aq 😊😂.. dia juga slalu syg aq 👨👩... *sentaisa ada bersama* aku. bgitula **prhubungan** yng ikhlas dan *setia*. Aq rindu dia yg dlu ya allah 🙏🙏..Aq rindu muka dia. 😊..Aq rindu senyuman dia 😊😂..Aq rindu suara dia 🗣️ [P/SM/LB/21/2]
6. kesah buang baby ni msti hasil **phubungm** harom.. ermm apa nk jd, msyrkt muda skrg. - *jati diri*, - *maruah diri*, - *nilai dan pegangan hidup*. Baby tu bukan anjg, mnusia kot, ank kcil, xbdosa .. sedihh btl la. [P/SM/B/17/21]
7. Bgitu **pnghubungan** dlm hidup. *Jga adap. Hidup ada peraturan, nilai*. Yakin. Tu kena faham. Masa sekolah chegu ajar, ko tido. [L/IPT/B/23/6]
8. lain kali biar berhati hati janji x jatuh haty....bukan ap....orang yg suka tikam blkang nihh ialah orang yg x ad belas kasihan binatang\*\*\* kot.... 🐾👉 tatau jga **perhbngn**. Jnis *tade moral, tade nilai. tablajar sivik*. bukan aq nak kutuk orang tuh tp aq cuma kesian kat kw jeww... klaw dah tahu diorang tuhh kaky pisau yg kw kawan jugak knpe??? [P/SM/B/16/23]

9. kw jatuh aq kertawa...😂😂😂😂 kw kertawa aq lagilahn.. kertawa...kw sedihh aq???  
pujuk lahh klaw mmpu klaw x tinggal jelahh dah besar pandai<sup>2</sup>la jga diri.... jga  
**prhubungan**, gituh. *this is nilai in frenship, hv rules, do & don't*. [L/IPT/B/22/5]
10. Takkan dia nak tinggalkan kau semata mata untuk orang lain? orang yang benak tiada  
akal jea buat macam tu melepaskan **perhubungan** denga orang yang dia sayang. Kau  
bagi dia peluang kedua, ubah dia ke arah yang lebih baik . *jdi ornag ada prinsip, ada nilai  
dan maruah diri*. [P/SM/LB/17/8]
11. Selamat Hari Lahir buat Ibu yang tersayang ni, dan terima kasih buat Abah yang telah  
membahagiakan Ibu, terima kasih juga kerana telah melahirkan kami, .., semoga  
**perhubungan** dan kebahagiaan ini kekal hingga ke syurga. *Sama-sama kita jaga*.  
[P/SM/B/16/4]
12. Hargaila mk ayh kt, krja brt utk tmpg sefamili. Jga **perhubungan** dengan famili. Xmmpu  
wg ringgit, *kita sama-sama doakn mrk siht2 shj*. [L/SR/LB/13/2]
13. **Phubungn** dlm masyarakat betul lain. **Perhubungan** dalam masyarat maya lain pulak.  
Tapi satu je yang aku perasan. *Sama sama suka hentam*. Ini tindakan paling betul yang  
mereka rasa. Kau lebih sikit, *sama sama hentam*, kau salah aje, kasi hentamm *sama  
sama!* Kau buat apa pun, hentam dulu *sama sama*. [L/IPT/B/22/27]
14. Penat kau jaga **perhubungan**, tapi macam tu jugak hasilnya. Kdg kau jadi pening sendiri.  
Kau *cuba sama-sama untuk ubah*, tapi tak mampu. Sebab kau rasa kau sorang, orang  
lain tak cuba. Manusia mana penah puas! [L/SM/LB/17/2]
15. Kita bantu sesame jiran, kita jaga **phubungan** dengan mereka. *Kalau susah kita sama  
sama bantu, kalau senang kita sama sama rasa*. [L/BK/LB/21/19]

#### Tema Ekonomi

Tema ekonomi ialah tema yang bersangkutan dengan kekayaan dan kebendaan (Kraus, & Kraus, 2013; Liu, & Ramakrishna, 2021). Berdasarkan penelitian, tema ekonomi paling kerap diutarakan oleh remaja lelaki dan perempuan yang sudah bekerja, dan menetap di bandar. Keadaan ini tentunya bersesuaian dengan status mereka yang sudah bekerja dan perlu mengurus hal-hal ekonomi sendiri. Seperti yang dipaparkan dalam contoh 16 hingga 30 di bawah, tema ekonomi mudah dikenali berdasarkan penggunaan kata kunci yang paling kerap diulang-ulang, iaitu *ekonomi*.

Terdapat tiga isu yang sering diutarakan oleh remaja iaitu isu berkaitan pengurusan kewangan dengan kemunculan kata-kata dan frasa yang kerap berkolokasi dengan kata kunci *ekonomi* seperti kata *bijak urus, bayar hutang, cekap urus, bagus urus, dan simpan* (contoh 16 hingga 20). Selain pengurusan kewangan, isu taraf hidup juga sering diutarakan dengan perbincangan berkenaan keadaan kewangan melalui kekerapan pengulangan kata dan frasa seperti *menjunam, nak makan tak cukup, hutang, dan cukup makan* (contoh 21 hingga 25). Satu lagi isu dominan yang menjadi pilihan remaja ialah isu berkaitan pengetahuan dalam bidang ekonomi yang menunjukkan remaja juga memahami dan mempunyai sifat ambil tahu mengenai hal ekonomi berdasarkan kekerapan pengulangan kata *tahu* dan *pengetahuan* (contoh 26 hingga 30).

16. Ada keja papa! Xdak keja, kedana la jwbnya! Kitaran **ekonomi** masih sama. Duit susah cari, tapi belanja tetap on, mahu xmahu, kena kerja la, itu ja yg ada stakat ini. Yg pentg, *kena bijak urus duit tu*. Pecaya la. [P/B/BK/20/11]
17. Hmmm apalah nasib skrg.. **ekonomi** merudum..Tambah hat dok kat kl tol naik minyak naik.... parking lagi... yang dikira ni semua pblnjaan wajibun. Kalu aku, paling penting



- dapat gaji bayar semua hutang dulu, bayar mana yang wajib dulu.* xda minyak xjln la moto kete, duit tol xbyar, xkeje lah.. Ermm [L/B/BK/20/16]
18. Skrg zaman baru...dulu kija 2011 gaji basic dah sama mcm gaji basic skrg, Hat kalo Ada ptptn mau utang 50k-60k (dip in nursing).... Kereta n rumah nk beli pon x bole... Sbb minyak, tol n ptptn .... semua nak kena bayar, *kena cekap urus elok ekonomi*. Ada ja halangan nak beli aset... Manalah org xlari p oversea nun.... [L/B/BK/23/07]
  19. Gaji xbyk, jadi *kena bagus susun urus duit tu*, kdg hjg bulan hadap jgk la maggie.. Duit blnja mk abh d kg jgn miss, duit xbyk pun xpa, doa org tua xputus weh.. mudahan **ekonomi** kita tambah baik masa depan. [P/LB/BK/20/22]
  20. Zaman leni **ekonomi** gawat barang mahal serba serbi, mok ayoh sakit nok kene pith belake, kos mengkat! *wajib buak simpiane serba sikik, habue masa sesak*. mslahnya simpiane ni blh make smpai mati ko?! [L/LB/BK/23/07]
  21. Nak harapkan duit gaji dgn kos sara hidup skrang ni memang *semputla nak survive. Menjunam terok*. Kalau tak usaha keluar dari kesusahan memang sampai bila2 serba xcukup, asyik merungut dgn keadaan **ekonomi**, STOP! Beljr la berjimt cermat, tggal di bandar mewah, habis la gaji klu xberjaga. [P/B/BK/23/27]
  22. Minyak Naik, Barang Naik Semua Naik, Umur Pun Naik, masuk minang? Mmg xla selagi **ekonomi** xkukuh! *Nk mkn pn xckup, ni nk bg mkn ank org!* puuu. jgn Gelak Aku Tampo kang. [L/B/BK/23/21]
  23. Bila sentuh bab2 **ekonomi** ni..aku down giler...useless sungguh2 rasa nya...mcm no point kau belajar pandai dekan apa bagai..end up *hutang menggunung gaji ciput apa pun tarak...* [L/B/BK/22/07]
  24. Dalam keadaan **ekonomi** macam ni, kau boleh tanya ada duit simpanan tak? Apa punya lawaklah soalan kau ni. Haha. Memang takdalah bro! *Hutang aku yang makin subur setiap bulan tau*. Pening kepala wei. [L/B/BK/22/86]
  25. Cukup tak gaji banyak tu? *Cukup-cukup makan. Kadang-kadang aku terpaksa berhutang dengan kawan*. Nak hutang dengan kad kredit tak layak, sebab gaji ciput. **Ekonomi** tak stabil, bank mana nak bagi. [P/B/BK/23/27]
  26. Yg ni memang aku TAK SETUJU sangat2..harga barang naik dulu baru kerajaan kaji untuk kenaikan gaji penjawat awam.. agar setara ngan beban kos hidup yg semakin meningkat.. *walau tak ngaji tinggi, tapi aku tahu la juga bab ekonomi*. [L/B/BK/21/15]
  27. Semoga Malaysia aman damai... *aku pun tahu la sikit sikit sebab belajar ekonomi asas dulu*. kalau **ekonomi** kita kukuh matawang naik... kita pun boleh tumpang senang. Duit ada, boleh belanja. Amin amin....kalo ekonomi kukuh sape2 pon happy... Kerja dgn aman Dan tenang dalam satu Negara MALAYSIA... #ekonomi [L/B/BK/21/07]
  28. Bagi tips kewangan untuk orang gaji RM1,000 pula, bro. Asyik buat contoh gaji RM2,000 dan RM3,000 je. **Ekonomi** kita tak sama. *At least tambah la pengetahuan orang macam aku ni*. [L/B/BK/23/12]
  29. Dulu msa zaman 2000 dan sebelumnya..sektor awam ni antara yg cikai.. tapi selepas tahun 2000 makin meningkat permintaan pekerjaan untuk sektor awam..semakin ramai lulusan universiti,kolej atau spm yang mencuba peluang sebab selepas tu sektor awam dah nampak lebih stabil dan terjamin di samping mudah untuk dapatkan loan bank dan pinjaman.. dimana pergerakan gaji ditambahbaik dan ditingkatkan... itu yang aku faham. Itu jugak yang cikgu orangtua kawan kawan aku cakap. Mungkin tak betul dari aspek **ekonomi**, tapi skrang ni la *yang aku tahu, aku yakin dan aku percaya*. [L/LB/BK/23/04]

30. *Apa yang aku tahu dan faham*, GST dikenalkan kat Malaysia from Akta Cukai Barang dan Perkhidmatan 2014 yang bermula 1 April 2015. Kadar standard untuk GST adalah 6pratos dan ia dikumpulkan pada setiap peringkat rantaian bekalan. Pergh dah macam ahli **ekonomi** 😊 😊. [P/B/IPT/20/19]

#### Tema Politik

Tema politik dapat diklasifikasikan melalui hantaran yang menyerlahkan isu berkaitan kegiatan dalam sesebuah sistem politik (atau negara) yang bersangkutan dengan proses menentukan dan melaksanakan hala tuju yang dirangka (Leftwich, 2015; Baylis, Smith & Owens, 2020). Contoh 31 hingga 50 yang dipaparkan di bawah ialah contoh-contoh tema berkaitan politik dengan penggunaan kata kunci yang kerap diulang iaitu kata *politik* (dengan kepelbagaian bentuk ejaan). Menerusi tema ini, terdapat empat isu yang paling kerap mendapat liputan oleh remaja iaitu isu berkaitan krisis politik yang melanda tanah air. Isu ini mudah dikenal pasti berdasarkan kekerapan kolokasi kata kunci *politik* dengan kata atau frasa yang memperinci isu krisis politik seperti *krisis*, *cah keting*, *perebutan kuasa*, dan *tikam belakang* (contoh 31 hingga 35). Isu kedua yang kerap diluahkan ialah isu berkaitan pemimpin yang dihajati melalui penerapan ciri-ciri pemimpin yang diharapkan seperti bebas rasuah, berintegriti, dan pandai mengurus (contoh 36 hingga 40). Isu semasa yang melanda politik tanah air turut mendapat perhatian remaja untuk disuarakan seperti hal berkaitan *pilihan raya umum (PRU)*, *peralihan politik* serta pengkisahan minat orang muda terhadap politik (contoh 41 hingga 45). Isu nilai politik juga dikategorikan dalam tema politik kerana isu ini kerap diluahkan semasa mereka membicarakan tema politik dengan kekerapan pengulangan kata dan frasa seperti *nasionalisme*, *sayangi Malaysia*, *cintakan kedamaian*, dan rukun negara (contoh 46 hingga 50).

Sama seperti tema ekonomi, tema politik juga paling kerap menarik perhatian remaja lelaki dan perempuan yang telah bekerja, sama ada berlokalti bandar mahupun luar bandar. Hasil risikan melalui pertanyaan di ruang *chat* dan *Facebook messenger* mendapati, hal ini didorong oleh status mereka yang sudah boleh menganggotai mana-mana badan politik, boleh mengundi dan mendapat liputan lebih luas berkenaan isu ini daripada rakan sekerja.

31. Dalm **politaik**, semua boleh. Hari ni kau kawan, esok belum tau. *Tikam belakang* macam makanan hari hari, wajib jadi prinsip agaknya. [L/BK/B/23/16]
32. Krisis krisis krisis. Baru nak naik, ada orang *cah keting*. Aku tak naik, kau pun tak boleh. This is **politik**. [L/BK/LB/22/34]
33. Ni apa yang aku rasa, tak pasti betul atau tak, tapi aku yakin. xx nak naik, dapat sokongan group dia, tapi group sebelah (satu kampeni) tak sokong sebab dah sokong orang lain iaitu yy, jadi kisah *rebut kuasa* macam dalam filem gangster ni memang wujud dalam **politik**. Citer macam ni tak kan kluar dalam suatkabar punya lah. Mereka cerita yang baik baik je sebab satu kampeni. [P/IPT/B/21/27]
34. *Krisis* politik bukan stakat dalam antara parti tau. Dalam parti pun boleh wujud. Toksah cakap **politik** mainstream la. Politik kampus pun sama. *Dia tikam kau, kau tikam dia*. Lama lama semua mati hahahahahahahah yang bodoh kita p undi. [L/IPT/B/22/45]
35. Tu sekkito kato *caketing*. Buke dale pade sj, nu dale **politk** camboh. Aku tokleh, mu tokleh. Oyat ko ore, dio samo, pah nak jago duit pitih masuk kock sendiri. [L/IPT/L/23/56].

36. Kami nak *pemimpin yang anti rasuah dan anti corrupted*, dan betul betul tunjuk usaha nak banteras rasuah. Kami sokong pemimpin yang macam ni, tak kira dari parti **politik** mana. [P/IPT/B/23/19]
37. Mudah je, *kalau dia takut Tuhan, dia tak kan buat perkara pkara yang boleh rosakkan negara. Pemimpin macam ni yang kita mau*. Parti **politik** mana yang naikkan pemimpin macam ni, kta wajib sokong. Anak muda bangkit. [L/IPT/B/23/29]
38. *Sebagai pemimpin dia memang bagus. Sentiasa ada* kat kawsan dia, waktu banjir besar hari tu, dia ada, kes kebakaran dia ada, majlis kat sekolah dia ada, memang baik. Tapi sayang dia tak dapat undi aku sebab dia di side parti **politik** yang aku memang tak boleh terima. Serius, aku marah. Guys, kau akan makan tak kuih yang sedap yang dah jatuh atas taik lembu? Simple guys. Kau pilih tu hak kau, tapi bukan aku. [P/BK/B/24/41]
39. Ada stgh kata hal peribadi tu urusan dia dengan Tuhan. Tapi bagi aku nak jadi pemimpin yang baik, paling utama kita tengok peribadinya dulu. *Kalau peribadinya baik, akan baik la nanti urusan kepimpinannya*. Itu yang aku percaya. Dan ini yang aku sokong. Banyak dah terbukti dalam parti **politik** yang ada ni. Dia baik peribadi, dia akan baik mengurus. [P/IPT/B/22/15]
40. Aku tak setuju kalau itu yang dibangkitkan. Pada aku, parti **politik** mana tak jadi hal, yang *penting pemimpin itu sendiri kena bagus. Ada integrity, berakhlak, pandai mengurus*. Dah kalau partinya baik tapi dia sendiri songlap duit kiri kanan, nak buat apa. [P/BK/B/21/12]
41. Jom semua, turun mengundi. *Ambik tau la tak banyak sikit*. Tak kira parti **politik** apa yang anda pilih, mengundi tanggungjawab kita bersama. *Lock the date for our PRU guys*. Jangan lupa tau. #undiawal #pru14 #sayamemilihuntukmengundi #jommengundi #deminegara #pangkah [P/BK/LB/23/31]
42. Aku rasa kalau Malaysia ni kat timur tengah, mau dah berbom bom sana sini. Alhamdulillah, elok je *pertukaran kuasa politik* ni. Yang menang tak provoke, yang kalau sedar diri. Kawan aku dari oman, syria, lubnan, dan negara arab sibuk je tanya, kita ok ke bab bab macam ni, aku kata orang Malaysia semua bijak dalam politik. *Bukan tak ambik tahu, tapi nak buat apa nak sibuk sibuk*. Menang kalah, yang study ke study, yang kerja kena kerja, simple babe. [P/IPT/B/23/27]
43. As you can see, those yang *ambil tahu perkembangan semasa dunia politik* sekarang, anak muda. Mereka dah mula learn from the lesson, yang kalau kau buat tak tau, kau yang rugi cos you ar the part of Malaysia. So be part of it. Anak muda bangkit. [P/BK/B/21/12]
44. Nak mengundi nanti, pangkah la betul<sup>2</sup>, fikir pemimpin mana, fikir parti **politik** mana, yang penting fikir tentang masa depan Malaysia kerana Malaysia ni kita punya, *jadi kena ambil tahu. Ingat, PRU ini medan kita, hak kita*. [L/BK/B/23/37]
45. Dalam Islam, cukai dan zakat hanya untuk orang kaya. Manfaatnya untuk orang miskin. Sama tak dengan *GST atau SST?* Aku rasa tak sama. Mana aku tahu? *Aku ambil tahu jugak hal* ni since benda ni sibuk orang sembang pasal isu **politik**. Korang fikir la, sapa up pasal GST? Sapa up pasal SST? Bukan orang politik? Korang tak rasa kita kena game ke? [L/IPT/LB/23/23]
46. Ayuh naikkan semangat kita. Lupakan sengketa **politik**. National anthem, Negaraku sana sini. *Sayangi Malaysia kita*. [P/SM/B/16/62]
47. Alhamdulillah.. Tahniah Malaysia!!!! *Kita doakan yg terbaik utk negara tercinta...* Semoga dgn tertubuhnya kerajaan baru ini membawa asbab kebaikan, kerahmatan,

- kesejahteraan, barakah buat Agama, Bangsa & Negara. Jangan main **politik** lagi. [L/BK/B/22/41]
48. Dirgahayu tanah airku, Malaysia tercinta. Bebaskan diri kita dari fahaman **politik** sempit. Buang rasa kebencian. Tanamkan kecintaan. *Malaysia kita punya, sayanginya.* [L/IPT/B/20/65]
49. Politik tak salah, yang salah kau lacurkan politik tu ikut acuan kau. Kau musnahkan Malaysia dengan fahaman politik sempit yang membezakan bangsa, agama, latar belakang. Apa yang kau dapat? Hanya kehancuran. Ini yang kau nak pusakakan untuk anak cucu kau? Takkan? Jadi sudah sampai masanya kita bersihkan **politik**. *Buat yang terbaik untuk Malaysia tercinta.* [L/IPT/LB/20/52]
50. rakyat hidup bersatu dan maju, rahmat bahagia Tuhan kurniakan, raja kita selamat bertakhta. *Nilai patriotic semat kat dada.* Buang jauh jauh fahaman **politik** sempit yang akan menjahanamkan kita. Tak kira siapa, Malaysia kita punya. [L/IPT/B/21/40]

Kesemua 50 contoh yang dipaparkan telah menyerlahkan tema suara remaja melalui kekerapan pengulangan kata kunci yang dapat membuktikan kewujudan tema yang diutarakan. Misalnya untuk tema perhubungan, kerap diulang-ulang kata kunci *perhubungan* dengan kepelbagaian bentuk ejaan, dan berkolokasi dengan kata-kata atau frasa yang menggambarkan isu yang diketengahkan. Begitu juga dengan tema ekonomi yang menyerlahkan penggunaan kata kunci *ekonomi* dan tema politik yang mengetengahkan kekerapan kata kunci [politik] yang berkolokasi dengan kata-kata dan frasa yang dapat menggambarkan keseluruhan tema yang diutarakan. Kekerapan pengulangan dan wujudnya keadaan berkolokasi antara kata kunci dengan kata-kata yang berdampingan dengannya mewujudkan prinsip lekapan makna (*attached meaning*) dan pemindahan makna (*transferred meaning*) yang membolehkan pemahaman keseluruhan ayat dapat difahami dengan lebih berpada seperti yang dibahaskan dalam pendekatan prosodi semantik (Stewart, 2010).

Kesemua tema yang ditonjolkan mewakili suara remaja kerana setiap isu dalam tema memaparkan pendirian, emosi, hasrat dan harapan remaja dalam menyerlahkan identiti mereka yang diperkukuhkan lagi dengan pemahaman makna. Berikut disertakan Jadual 2 yang memaparkan contoh suara remaja berdasarkan penggunaan kata.

Jadual 2: Suara remaja berdasarkan penggunaan kata

Bil.	Contoh	Ayat	Suara Remaja
1	29	... Mungkin tak betul dari aspek <b>ekonomi</b> , tapi skrang ni la <i>yang aku tahu, aku yakin dan aku percaya.</i> [L/LB/BK/23/04]	Pendirian
2	33	<i>Ni apa yang aku rasa, tak pasti betul atau tak, tapi aku yakin.</i> xx nak naik, dapat sokongan group dia, tapi group .... [P/IPT/B/21/27]	Pendirian
3	6	.... Baby tu bukan anjg, mnusia kot, ank kcil, xbdosa .. <i>sedihh btl la.</i> [P/SM/B/17/21]	Emosi
4	38	... <i>Serius, aku marah.</i> Guys, kau akan makan tak kuih yang sedap yang dah jatuh atas taik lembu? Simple guys. Kau pilih tu hak kau, tapi bukan aku. [P/BK/B/24/41]	Emosi
5	11	... <i>semoga perhubungan dan kebahagiaan ini kekal hingga ke syurga. Sama-sama kita jaga.</i> [P/SM/B/16/4]	Hasrat dan harapan
6	27	<i>Semoga Malaysia aman damai...</i> aku pun tahu la sikit sikit sebab belajar ekonomi asas dulu. kalau <b>ekonomi</b> kita kukuh matawang naik... [L/B/BK/21/07]	Hasrat dan harapan

Jadual 2 di atas memaparkan penggunaan kata yang dapat membuktikan wujudnya pendirian, emosi, hasrat dan harapan remaja dalam menyerlahkan identiti mereka. Pendirian dibuktikan dengan penggunaan kata yakin dan percaya (contoh 29 dan 33), emosi dibuktikan dengan penggunaan kata sedih dan marah (contoh 6 dan 38), manakala hasrat dan harapan dibuktikan melalui penggunaan kata semoga (contoh 11 dan 27). Pembuktian melalui penggunaan bahasa untuk menyerlahkan identiti seperti ini bersamaan dengan apa yang diperkatakan dalam *Social Identity Theory* (SIT) oleh Tajfel dan Turner (2001) yang menyatakan satu daripada prinsip dalam membentuk identiti ialah melalui nilai-nilai individu yakni nilai-nilai personaliti yang dimiliki oleh individu dalam mempertahankan dan menjaga kepercayaan diri seseorang ketika berbicara atau komunikasi berperantara bahasa. Hal ini tentunya menjawab pandangan oleh Jupp, Robert, dan Cook-Gumberz (2009) yang mengatakan bahawa "*language use creates a social identity for the user*" (hlm. 39).

#### KESIMPULAN

Sebagai rumusan, hasil analisis korpus yang dijalankan dengan mengekstrak sejumlah 50,000 hantaran dan komen balas *Facebook*, dapat menyerlahkan tema popular yang menjadi tumpuan utama komunikasi remaja iaitu tema perhubungan, ekonomi dan politik. Dapatan daripada kajian ini dapat menyerlahkan identiti remaja berdasarkan suara mereka yang memaparkan pendirian, emosi, hasrat dan harapan yang boleh dijadikan kunci penggerak oleh pihak berkepentingan untuk memahami perwatakan remaja secara asas. Kajian lanjutan untuk memahami perwatakan remaja wajar diteruskan khususnya dengan memperinci kesan daripada penggunaan bahasa ke atas tindakan yang akan mereka lakukan. Penyerlahan suara remaja berdasarkan penelitian isu yang diperkatakan melalui penggunaan bahasa di media sosial seperti yang dipaparkan dalam kajian ini telah membuktikan bahawa bahasa berkepentingan dalam ilmu komunikasi sebagai suatu tonggak pembinaan sifat dan identiti diri (Zentella, 2002; Suleiman, 2015; Sinha, Moreno-Nunez, & Tian, 2020).

#### PENGHARGAAN

Artikel ini adalah sebahagian daripada hasil penyelidikan Matching Grant dengan kod S/O 14316, Universiti Utara Malaysia, yang diketuai oleh PM Dr Hishamudin Isam.

#### BIODATA

*Hishamudin Isam* ialah seorang Profesor Madya di Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun & Falsafah, Universiti Utara Malaysia. Email: [din@uum.edu.my](mailto:din@uum.edu.my)

*Mashetoh Abd. Mutalib* ialah seorang Pensyarah Kanan di Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun & Falsafah, Universiti Utara Malaysia. Email: [mashetoh@uum.edu.my](mailto:mashetoh@uum.edu.my)

*Yusniza Yaakub* ialah seorang Pensyarah Kanan di Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun & Falsafah, Universiti Utara Malaysia. Email: [yusniza@uum.edu.my](mailto:yusniza@uum.edu.my)

*Marzalina Mansor* ialah seorang Pensyarah Kanan di Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun & Falsafah, Universiti Utara Malaysia. Email: [marzalina@uum.edu.my](mailto:marzalina@uum.edu.my)

#### RUJUKAN

- Ahmad Fuad Mat Hassan, Khairul Faiz Alimi, Hishamudin Isam, & Mashetoh Abd. Mutalib. (2020). Amalan Kesantunan berbahasa dalam komunikasi formal dan tidak formal dalam kalangan pelajar universiti. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(4), 410-427.
- Al-Khatib, M., & Sabbah, E. H. (2008). Language choice in mobile text messages among Jordanian university students. *SKY Journal of Linguistics*, 21, 37-65.
- Aureli, F., & Schino, G. (2019). Social complexity form within: How individuals experience the structure and organization of their groups. *Behavioral Ecology and Sociobiology*, 73(6), 1-13.
- Awl, D. (2011). *Facebook me: A guide to socializing and promoting on Facebook*. California: Peachpit Press.
- Banyai, F., Zsila, A., Kiraly, O., Maraz, A., Elekes, Z., Griffiths, M. D., Andreassen, C. S., & Demetrovics, Z. (2017). Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *Journal of PLoS ONE*, 12(1), 1– 13.
- Baylis, J., Smith, S., & Owens, P. (2020). *The globalization of world politics: An introduction to international relations*. Oxford: Oxford University Press.
- Bucholtz, M. (1999). You da man: Narrating the racial other in the production of white masculinity. *Journal of Sociolinguistics*, 3(4), 443-460.
- Creswell, J. W. (2008). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Cipolletta, S., Malighetti, C., Cenedese, C., & Spoto, A. (2020). How can adolescents benefit from the use of social networks? The iGeneration on Instagram. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6952), 1-15.
- Crawford, N. A., Edelson, L. R., Skwerer, D. P., & Tager-Flusberg, H. (2007). Expressive language style among adolescents and adults with Williams syndrome. *Journal of Applied Psycholinguistics*, 29, 585-602.
- Crystal, D. (2010). *Cambridge encyclopedia of language*. Cambridge University Press.
- Erreygers, S., Vandebosch, H., Vranje, I., Baillien, E., & De Witte, H. (2016). Nice or naughty? The role of emotions and digital media use in explaining adolescents' online prosocial and antisocial behavior. *Media Psychology*, 20(3), 1–27.
- Gao, K., Xu, H., & Wang, J. (2015). A rule based approach to emotion cause detection for Chinese micro-blogs. *Expert Systems with Applications*, 42(9), 4517-4528.
- Giedd, J. N. (2018). A ripe time for adolescent research. *Journal of Research on Adolescence: The Official Journal of the Society for Research on Adolescent*, 28(1), 157-159.
- Gurven, M., Rueden, C. V., Massenkoff, M., Kaplan, H., & Vie, M. L. (2013). How universal is the big five? Testing the five-factor model of personality variation among forager-farmers in the Bolivian Amazon. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(2), 354-370.
- Hitle, L., Vandekerckhove, R., & Daelemans, W. (2016). Expressiveness in flemish online teenage talk: A corpus-based analysis of social and medium-related linguistic variation. *Proceedings of the 4th Conference on CMC and Social Media Corpora for the Humanities*, Ljubljana, Slovenia, 27–28 September 2016.
- Hossain, F. A., & Ali, M. K. (2014). Relation between individual and society. *Open Journal of Social Sciences*, 2(8), 130-137.

- Jupp, T. C., Roberts, C., & Cook-Gumberz, J. (2009). Language and disadvantage: The hidden process. In J. J. Gumperz (Ed.), *Language and social identity* (pp. 39). Cambridge: Cambridge University Press.
- Khan Vun Teong, & Magdalene C. H. Ang. (2016). Internet use and addiction among students in Malaysian public universities in East Malaysia: Some empirical evidence. *Journal of Management Research*, 8(2), 31-47.
- Kraus, K. M., & Kraus, N. (2013). *Dictionary of economic terms*. Poltava : Skytek.
- Leftwich, A. (2015). *What is politics: The activity and its study*. John Wiley & Sons.
- Liu, L., & Ramakrishna, S. (2021). *An introduction to circular economy*. Singapore: Springer.
- Mendoza-Denton, N. (1996). Muy Macha: Gender and ideology in gang girls' discourse about makeup. *Ethnos*, 6, 47-63.
- Namkoong, K., Fung, T. K., & Scheufele, D. A. (2012). The politics of emotion: News media attention, emotional responses, and participation during the 2004 U.S. presidential election. *Mass Communication and Society*, 15(1), 25-45.
- Noor Azuan Hashim, Nor Liza Abdullah, Rosmah Mat Isa, & Hawati Janor. (2015). WhatsApp messenger application among business students in Malaysia: An exploration. *Jurnal Personalia Pelajar*, 18(2), 97-105.
- Nor Fazilah Noor Din, & Hishamudin Isam. (2020). Data acquisition via advertising operations (VAO) in Facebook. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(3), 822-847.
- Normah Mustaffa, Wan Amizah Wan Mahmud, Fauziah Ahmad, Maizatul Haizan Mahbob, & Mohd Helmi Abd Rahim. (2013). Kebergantungan Internet dan aktiviti online remaja di Lembah Klang. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 29(1), 199-212.
- Norris, P. (2002). The bridging and bonding role of online communities. *The International Journal of Press/Politics*, 7(3), 3-13.
- Nur Azlina Jalaluddin, & Nurhasyinda Shahidan. (2017). Modenisasi bahasa di kalangan gen Z. *Prosiding Persidangan Antarabangsa Sains Sosial dan Kemanusiaan (PASAK 2)*, 24-27 April 2017, Kolej Universiti Islam Selangor, Selangor.
- Nur Firza Shafiq Khalid, & Normaliza Abd Rahim. (2021). Pola penggunaan bahasa Melayu dalam Twitter mantan Perdana Menteri ke-enam, Dato' Seri Najib Razak. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 37(2), 195-209.
- Safko, L. (2010). *The social media Bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. United States: John Wiley & Sons.
- Sinha, V. S., Moreno-Nunez, A., & Tian, Z. (2020). *Language, culture and identity: Sign of life*. New York: John Benjamins Pub.
- Sherlyanita, A. K., & Rakhmawati, N. A. (2016). Pengaruh dan pola aktivitas penggunaan internet serta media sosial pada siswa SMPN 52 Surabaya. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 2(1), 17-22.
- Stark, L. (2016). The emotional context of information privacy. *The Information Society*, 32(1), 14-27.
- Stewart, D. (2010). *Semantic prosody: A critical evaluation*. New York: Routledge Pub.
- Suleiman, Y. (2015). *Language and identity in the Middle East and North Africa*. Routledge.
- Supyan Hussin. (2007). Korpus bahasa SMS: Antara kreativiti dan ancaman kepada bahasa. Dlm. Nor Hashimah Jalaludin, Imran Ho & Idris Aman (pnyt.), *Linguistik: Teori dan aplikasi*. (hlm. 258-277). Bangi: Penerbit UKM.

- Tabouret-Keller, A. (2017). Language and Identity. In F. Coulmas (Ed.), *The handbook of sociolinguistics* (pp. 315-326). New Jersey: Blackwell Pub.
- Tagliamonte, S. A. (2005). So what? Like how? Just what? Discourse markers in the conversations of Young Canadians. *Journal of Pragmatics*, 37, 1896-1915.
- Tagliamonte, S. A., & Denis, D. (2008). Linguistic ruin? LoL! Instant messaging and teen language. *American Speech*, 83(1), 3-34.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2001). An integrative theory of intergroup conflict. In M. A. Hogg, & D. Abrams (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 94-110). Oxford: Oxford University Press.
- Taylor, J. R. (1995). *Linguistics categorization prototypes in linguistics theory*. Oxford: Clarendon Press.
- Tay Meng Guat. (2011). Analisis linguistik terhadap penggunaan bahasa SMS dalam kalangan guru pelatih. *Jurnal Penyelidikan IPG Kampus Batu Lintang*, 10, 1-26.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing*. New York: SAGE Publishing.
- Willaert, T., Eecke, P. V., Beuls, K., & Steels, L. (2020). Building social media observatories for monitoring online opinion dynamics. *Journal of Social Media and Society*, 6(2), 1-12.
- Zentella, A. C. (2002). Latin@ languages and identities. In M. M. Suarez-Orozco, & M. M. Paez (Eds.), *Latinos: Remaking America* (pp. 321-328). University of California Press.