

MEDIA SOSIAL DARI PERSPEKTIF INTERPRETASI MESEJ KOMUNITI WACANA

SOCIAL MEDIA FROM INTERPRETATION OF COMMUNITY DISCOURSE MESSAGES PERSPECTIVE

Rohaidah Mashudi*¹
Hawa Rahmat²
Azean Idruwani Idrus³
Ahmad Mahmood Musanif⁴
J Sham Wahid⁵

¹Faculty of Applied Communication, Multimedia University, Melaka, Malaysia, (E-mail: idah@mmu.edu.my)

²Faculty of Applied Communication, Multimedia University, Melaka, Malaysia, (E-mail: hawa@mmu.edu.my)

³Department of Social Sciences, Nilai University, Nilai, Negeri Sembilan, (E-mail: azean@nilai.edu.my)

⁴Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia, (E-mail: amusanif@fbmk.upm.edu.my)

⁵Sek. Men. Keb. Durian Daun, Lorong Tun Fatimah, Durian Daun, Melaka, (E-mail: jsham1970@gmail.com)

Accepted date: 14-10-2018

Published date: 15-12-2018

To cite this document: Mashudi, R., Rahmat, H., Idrus, A. I., Musanif, A. M., & Wahid, J. S. (2018). Media Sosial dari Perspektif Interpretasi Mesej Komuniti Wacana. *International Journal of Heritage, Art and Multimedia*, 1 (3), 112-127.

Abstrak: Kepadatan masa dengan melayari Internet merintis pengguna atau pelayar untuk mengaut segala ilmu yang dimuat naik dalam skrin komputer atau tablet atau telefon bimbit. Ketagihan dalam melayari Internet melalui rangkaian media sosial seperti Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, Blog, Google, Instagram dan lain-lain membawa pengguna khayal daripada menapis maklumat yang dipaparkan. Media sosial menjadi wadah kepada pengguna Internet atau warga netizen untuk saling berhubung dengan membina jaringan sosial yang sangat luas. Dalam setiap media sosial dapat diperhatikan bahawa interaksi sosial yang terjalin antara pembaca dan penulis adalah merujuk kepada pengguna media sosial yang melengkapkan suatu struktur interaksi. Peranan pengguna media sosial secara tidak langsung menjadi komuniti wacana dalam media sosial yang dipilih perlu mematuhi peraturan yang telah ditetapkan atau kewajaran untuk mengikut ketetapan budaya dan tradisi suatu masyarakat. Ini kerana pernyataan atau status atau komen yang dibuat oleh pengguna media sosial pilihan mereka memberi impak kepada diri sendiri dan pengguna media sosial yang lain. Tujuan kajian ini adalah untuk memahami interpretasi mesej pengguna media sosial dan mengenal pasti komuniti wacana dalam media sosial. Kajian ini menggunakan kaedah pemerhatian iaitu dengan membuat penelitian terhadap pola komunikasi antara komuniti wacana dalam media sosial. Data kajian diambil daripada ungkapan status dan komen pengguna dalam Facebook dan Twitter yang dianalisis mengikut pendekatan etnografi komunikasi oleh Hymes (1986).

Dapatan kajian mendapati bahawa sebarang mesej yang dipaparkan dalam media sosial membawa interpretasi yang bermakna kepada komuniti yang mempunyai minat yang sama.

Kata Kunci: Media Sosial, Struktur Interaksi, Komuniti Wacana, Etnografi Komunikasi, Interpretasi

Abstract: *The density of time surfing the Internet paved the user or browser to reap all the knowledge that is uploaded in the computer screen or tablet or mobile phone. Addictive surfing the Internet through social media networks such as Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, Blog, Google, Instagram and another leading consumer vision of the filter information displayed. Social media as a platform to Internet users, or netizens citizens to connect with each other to build a social network is extensive. In any social media can be observed that the social interaction that exists between the reader and the writer is referring to social media users who complete a structure interaction. The role of social media users indirectly become a discourse community in social media selected must comply with the rules or fairness to follow the guidelines of the culture and traditions of a society. This is because the statement or status or comments made by users of the social media impact of their choice to themselves and other social media users. The aim of this study was to understand the interpretation of messages and social media users identify discourse community in social media. This study used the method of observation that is by examining the patterns of communication between the discourse communities in social media. Data were taken from the expression status and user comments on Facebook and Twitter were analyzed according to the ethnography of communication by Hymes (1986). The study found that any of the messages posted on the social media bring meaningful interpretation to the communities that have similar interests.*

Keywords: *Social Media, Structural Interaction, Discourse Communities, Ethnography of Communication, Interpretation*

Pendahuluan

Media sosial menjadi wadah perkongsian maklumat kepada seluruh pengguna Internet atau melalui aplikasi gajet yang ada pada masa kini. Melalui media sosial yang dipilih oleh pengguna, dapat melahirkan hubungan sosial antara pengguna sama ada pengguna tersebut seorang yang aktif atau pasif. Hubungan sosial atas talian ini membawa suatu fenomena yang sangat dinamik dalam membina hubungan antara pengguna yang saling mengenali atau mungkin saling tidak mengenali. Hubungan sosial melalui interaksi sosial dalam laman Internet seperti Facebook dikatakan oleh Mohd Khairuddin Mohad Sallehuddin dan Mohamad Fauzi Sukimi (2014) mempunyai persamaan dengan interaksi konvensional secara tatap muka. Interaksi sosial sedemikian menjurus kepada bentuk persefahaman yang sudah pasti memerlukan pengguna yang bijak dalam membina hubungan sosial melalui komunikasi yang berkesan. Bahkan media sosial yang banyak diperkatakan hari ini menurut Siti Ezaleila Mustafa dan Azizah Hamzah (2010) adalah merupakan suatu media baharu yang bukan hanya menjadi “perpustakaan maklumat” malah fungsinya melebihi daripada jangkauan. Kebijaksanaan pengguna dalam menapis atau memilih atau mempercayai maklumat yang dipaparkan dalam media sosial iaitu dengan tidak menerima secara sembarono sebarang pernyataan yang disalurkan melalui media sosial. Ini secara tidak langsung memberi kepercayaan kepada sumber yang sahih dan diperakui oleh masyarakat sejangat.

Pengguna media sosial mempunyai jaringan sosial yang sangat luas, ini membuka ruang kepada mereka untuk menjadi komuniti dalam suatu perbincangan yang interaktif melalui media sosial pilihan mereka. Pola komunikasi antara komuniti melalui status dan komen yang dipaparkan dalam media sosial tidak menitikberatkan infrastruktur bahasa seperti pemilihan kata, nahu, dan ejaan. Malah ada sebahagian komuniti turut tidak memberi perhatian terhadap etiket bahasa yang menjadi peraturan bahasa dalam suatu perbincangan yang interaktif. Ini kerana pelanggaran dalam peraturan bahasa yang tidak mempertimbangkan aspek sosial dan budaya melahirkan individu yang tidak sopan kerana ketidakpatuhan terhadap peraturan sosial dan budaya dalam masyarakat (Asmah Haji Omar, 2010). Gejala ini membawa kepada situasi interaksi yang mungkin agresif dan pasif apabila ada pengguna yang sensitif terhadap situasi komunikasi yang sedemikian. Justeru, interpretasi terhadap pernyataan status atau komen yang telah dimuat naik dapat memberi gambaran terhadap individu berkenaan. Oleh yang sedemikian, pola komunikasi yang berterusan dapat membawa kepada komunikasi yang berkesan sekiranya terdapat pertimbangan terhadap sosial dan budaya sekeliling iaitu dengan memberi penekanan terhadap etiket bahasa. Justeru, kajian ini adalah bertujuan untuk memahami interpretasi mesej pengguna media sosial dan mengenal pasti komuniti wacana dalam media sosial.

Sorotan Literatur

Secara umum, perbincangan dalam hal yang berhubung kait dengan media dalam jaringan sosial melonjak dalam kalangan pengkaji seiringan dengan meningkatnya pengguna media sosial. Pada tahun 1980an mungkin tidak terfikir oleh kita akan kemunculan Facebook, intragram, Twitters, dan Whatsapp. Walaupun ketika itu SMS (*Short Message Service*) atau Sistem Pesanan Ringkas dengan menggunakan telefon bimbit sebagai wadah komunikasi dalam kalangan masyarakat telah mula mengambil tempat namun jumlah pengguna masih terbatas. Bahkan kemunculan media sosial di awal tahun 2000 amat janggal disematkan dihati pengkaji, namun kini fokus kajian berkaitan media sosial telah banyak diperkatakan oleh pengkaji dalam pelbagai bidang, termasuklah bidang bahasa.

Penggunaan bahasa SMS seperti yang dibincangkan oleh Supyan Hussin (2007) memperlihatkan kerencaman penggunaan bahasa singkatan dan ringkas yang muncul secara tidak dirancang dan berlaku secara bersahaja. Bahkan bahasa SMS ini dikatakan telah meresap masuk ke dalam media melalui Internet seperti e-mel, forum dan IRC. Ini membawa kepada perubahan teknologi dalam komunikasi sosial yang secara tidak langsung melebarkan jaringan pengguna bahasa SMS yang menurut Supyan Hussin (2007) sebagai suatu kreativiti pengguna bahasa Melayu dalam bahasa SMS.

Perkembangan teknologi telah memberi pengertian yang luas dalam cara individu tertentu berkomunikasi. Ini bermakna terdapat ikatan perhubungan yang luas atau jaringan sosial dalam kalangan pengguna media berteknologi tinggi. Dalam kajian Biber dan Conrad (2009) menunjukkan bahawa jaringan sosial yang tercipta dalam kalangan pengguna memberi maklum balas terhadap suatu isu yang diperkatakan, ini amat bermakna kepada komuniti wacana yang berminat untuk mengetahui suatu isu yang diajukan dalam media sosial. Malah di sini secara tidak langsung aspek kognitif yang menyentuh kepada kefahaman dan ketidakfahaman dalam wacana bagi setiap pengguna media sosial menjadi faktor kepada berjaya atau tidak suatu perbincangan interaktif melalui komunikasi elektronik ini.

Manakala Eisenlauer (2014) membicarakan tentang aktiviti pengguna media sosial di Facebook. Penglibatan pengguna media ini dilihat dari segi hubungan sosial yang terjalin

antara penulis-pembaca. Interaksi sosial dalam Facebook dapat diteliti berdasarkan respons atau komen yang diberikan oleh pembaca terhadap kemas kini status yang dimuat naik penulis. Malah respons awal yang diberikan oleh pembaca dapat diperhatikan berdasarkan butang suka (*like*) yang diberikan menunjukkan ada mekanisme penyertaan dengan tujuan bersama dengan penulis. Interpretasi pembaca terhadap kemas kini status yang dipaparkan oleh penulis dapat diperhatikan daripada komen yang diujarkan melalui ruang komen dalam media sosial ini.

Analisis lakuan tutur dalam ruangan status Facebook yang dibincangkan oleh Maslida dan Karim (2015) pula, meneliti fungsi komunikasi melalui lakuan tutur yang disampaikan oleh pengguna media sosial dalam ruangan atau aktiviti kemas kini status. Terdapat kepelbagaian lakuan bahasa yang diungkapkan oleh penulis dalam membuat kemas kini status di laman Facebook. Aktiviti sosial melalui kemas kini ruang status Facebook dapat mengungkapkan perkongsian maklumat dan perkongsian emosi pengguna (Maslida dan Karim, 2015), yang diinterpretasi oleh jaringan sosial bagi media sosial ini iaitu melalui respons dan komen yang dimuat naik. Ini menunjukkan terdapat penglibatan komuniti yang mempunyai tujuan bersama, dengan membina hubungan sosial yang akrab. Dapatan kajian analisis lakuan tutur ini menjelaskan bahawa status yang dimuat naik oleh pengguna Facebook dalam bentuk pernyataan, berita, petikan atau jenaka menunjukkan suatu lakuan tutur yang ingin disampaikan dan dikongsi bersama komuniti dalam rangkaian sosial mereka.

Sa'adiah Ma'alip (2015), pula telah membuat kajian dengan meninjau pemilihan bahasa dalam komunikasi oleh pengguna laman sosial. Medium komunikasi yang diberikan tumpuan dalam kajian ialah laman sosial yang dapat diakses oleh pengguna Internet iaitu Facebook, twitter, Instagram dan friendster. Hasil kajian beliau mendapati bahawa bahasa Melayu dan bahasa Inggeris menjadi pilihan pengguna laman sosial diikuti oleh bahasa Cina, bahasa India, dan bahasa-bahasa lain. Dapatan kajian juga menunjukkan bahawa pola pemilihan bahasa yang digunakan di laman sosial adalah sama bagi tujuan komunikasi yang berlainan iaitu bahasa Melayu dan bahasa Inggeris yang menjadi pilihan utama. Facebook merupakan laman sosial yang paling popular dalam kalangan responden iaitu sebanyak 53.9%, Instagram pula merupakan laman sosial kedua yang menjadi pilihan responden iaitu sebanyak 30.0% dan diikuti dengan Twitter sebanyak 15.6% dan Friendster sebanyak 0.6% sahaja. Berdasarkan hasil kajian beliau ini, secara tidak langsung dapat diperhatikan mekanisme yang dipilih oleh responden untuk membina suatu interaksi sosial yang berkesan dalam kalangan pengguna adalah dengan melalui penggunaan bahasa.

Di samping itu, kemajuan dalam media sosial sebagai alat komunikasi semakin menjadi pujaan ramai netizen (warga Internet) dengan diterjemahkan melalui penggunaan bahasa ibunda masing-masing. Bahkan terdapat percampuran bahasa seperti bahasa pasar atau bahasa rojak dalam ungkapan yang dimuat naik namun masih ada pengguna media sosial tidak meminggirkan bahasa ibunda komuniti mereka. Ini seperti yang dibincangkan oleh Karim Harun & Maslida Yusof (2015), yang telah membuat kajian terhadap penggunaan bahasa Jawa dalam kalangan komuniti orang Jawa melalui aplikasi sosial *Whatsapp*. Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan terdapat alih kod dari segi penggunaan bahasa sebagai perkongsian maklumat atau perbualan dengan kelompok orang Jawa dalam *Whatsapp*. Alih kod yang digunakan berdasarkan penelitian dalam kajian ini adalah alih kod daripada bahasa Jawa kepada bahasa Melayu dan bahasa Melayu kepada bahasa Jawa, ini termasuklah alih kod daripada bahasa Melayu kepada bahasa Inggeris dan bahasa Arab.

Media sosial seperti Facebook hari ini menjadi satu wadah untuk setiap pengguna meluahkan isi hati atau emosi mereka sama ada yang tersurat atau tersirat. Ini seperti yang telah diperkatakan oleh Siti Ramizah Khairunnisa Mohd Radzi, Jusang Bolong, Ezhar Tamam (2018) tentang individu Introvert dan Ekstrovert yang merupakan pengguna media sosial seperti Facebook sebagai salah satu cara untuk berkongsi dan melahirkan suatu perasaan yang dialami. Dalam kajian ini dinyatakan bahawa kedua-dua personaliti ini terlibat dalam aktiviti berkumpulan tetapi dalam mempamerkan emosi, individu Introvert memilih mesej segera manakala individu Ekstrovert pula melalui tulisan dinding. Bahkan pemilihan lokasi dan jenis emosi yang dipamerkan oleh kedua-dua individu ini juga mempunyai cara yang berbeza.

Perkembangan dalam kajian media sosial yang memberi tumpuan terhadap kajian bahasa telah dilakukan oleh pengkaji daripada pelbagai aspek. Malah kerencaman kajian bahasa telah menjangkau kepada media baru daripada suatu media komunikasi yang terbatas pengguna dan penggunaannya, kini telah menjangkau keluasan yang tiada sempadan. Jumlah pengguna yang tidak surut malah berkembang luas telah menambahkan lagi kajian bahasa dalam media sosial. Ini kerana interaksi sosial yang lahir dalam kalangan pengguna media sosial adalah hasil daripada penggunaan bahasa. Justeru, hubungan sosial yang terjalin melalui komunikasi yang berkesan dalam media ini meletakkan peraturan bahasa dengan tidak mengetepikan sosial dan budaya suatu komuniti dapat memberi interpretasi interaksi sosial tersebut agar lebih berkesan dan difahami.

Metodologi

Dalam kajian ini, media sosial yang dipilih sebagai data kajian adalah daripada *Facebook* dan *twitter*. Pemilihan data dilakukan berdasarkan akaun beberapa informan yang dipilih dan telah menjadi sebahagian kenalan kepada penulis (*friend status*). Data yang diambil daripada kedua-dua media sosial ini adalah melalui ungkapan kemas kini (*posting status*) dan ungkapan balas (*reply*) atau komen yang diberikan oleh pembaca status tersebut. Interpretasi penggunaan bahasa yang diungkapkan dalam ruang kemas kini dan komen dihuraikan berdasarkan nilai budaya dan tradisi komuniti yang ada dalam negara ini. Malah status suka (*like*) dan kongsi (*share*) dalam setiap status yang dipaparkan oleh informan turut diambil sebagai sebahagian data dalam kajian ini juga. Ini kerana dalam kajian ini turut meneliti kehadiran komuniti wacana dalam peristiwa komunikatif di kedua-dua media sosial ini.

Kajian ini menekankan aspek penggunaan bahasa melalui pendekatan etnografi komunikasi. Justeru, penelitian melalui etnografi komunikasi ini memberi tumpuan terhadap gejala penggunaan bahasa dalam media sosial yang dipilih sebagai data kajian, dengan mengambil budaya tempatan sebagai suatu panduan dalam membuat interpretasi. Dengan menggunakan pendekatan yang dikemukakan oleh Hymes (1986) iaitu dengan mengemukakan 8 komponen komunikasi yang terdiri daripada latar, pemeran, tujuan komunikasi, urutan lakuan, ragam, alat atau saluran komunikasi, norma interaksi dan penafsiran dan genre yang membuat penekanan terhadap pola komunikasi dalam suatu peristiwa bahasa. Namun demikian kajian ini hanya mengambil salah satu komponen komunikasi ini iaitu dengan menekankan komponen interpretasi. Oleh yang demikian, interpretasi komunikasi dalam media sosial ini dianalisis melalui kaedah etnografi komunikasi seperti yang diberikan oleh Hymes (1986), iaitu dengan membuat penekanan terhadap interpretasi penggunaan bahasa mengikut konteks budaya masyarakat Malaysia.

Menurut Saville-Troike (1991), interpretasi dijelaskan sebagai pengetahuan yang diketahui oleh semua, praandaian budaya yang berkaitan atau pemahaman yang sama-sama dimiliki

yang membolehkan penyimpulan tertentu dilakukan mengenai apa yang boleh dilihat secara literal, apa yang seharusnya tidak diambil kira, dan sebagainya. Justeru, terdapat andaian bahawa ungkapan atau ujaran yang tidak terangkum dalam sistem kepercayaan budaya komuniti tersebut tidak memberi interpretasi yang jitu mengikut penggunaannya dalam konteks. Ini kerana interpretasi ujaran dalam pola komunikasi lebih mudah difahami dengan memahami lebih mendalam penggunaan pengucapan suatu ujaran mengikut nilai budaya masyarakat yang mendukungnya. Oleh yang demikian, berkemungkinan akan berlaku kesilapan semasa membuat interpretasi dalam suatu peristiwa komunikatif yang melibatkan nilai budaya komuniti itu sendiri. Bahkan menurut Fasold (1990) adalah menjadi suatu kelaziman berlaku kesilapan semasa membuat interpretasi sekiranya melibatkan budaya yang berbeza, ini seperti yang dijelaskan bahawa, *“It involves trying to understand what is being conveyed beyond what is in the actual words used. Although it is possible to make mistakes in interpreting communicative acts by other members of your own culture, it is far more common across culture.”* (Fasold, 1990: 45).

Di samping itu juga, Garfinkel (1986: 309) telah menggariskan peraturan dalam membuat interpretasi iaitu;

(1) Rules of interpretation (including glossing practices) can always be used to transcend determinate rules of speaking in the narrower sense, but need not be; and it is essential to discover where the boundary lies in a community, such that to find some particular thing interpretable in part puts one outside the community's norms of interpretation.

(2) Rules of interpretation apply through, or incorporate, determinate rules of speaking, and use of one is not intelligible without knowledge of the other.

Justeru, interpretasi terhadap suatu komunikasi sudah pasti perlu mengikut peraturan interpretasi iaitu yang ditentukan melalui peraturan percakapan. Ini kerana menurut Hymes (1986) peraturan percakapan adalah mengikut latar dan aktiviti suatu komunikasi yang mempunyai perkaitan dengan cara penyampaian individu terhadap suatu topik atau bentuk mesej. Bahkan melalui peraturan interpretasi dapat mencari sempadan nilai budaya yang termasuk atau terletak di luar sempadan suatu komuniti. Selain itu, dalam norma interpretasi adalah menjadi suatu keperluan untuk mempunyai pengetahuan tentang komuniti tersebut sebagai sebahagian peraturan interpretasi.

Budaya dan tingkah laku komuniti wacana yang turut serta dalam suatu peristiwa bahasa di media sosial dianalisis dan dihuraikan mengikut latar belakang budaya masyarakat Malaysia. Analisis data kajian dilakukan secara deskriptif, kerana menurut Koentjaraningrat (1981) analisis deskriptif dapat memberi penelitian terhadap suatu gejala dengan tepat. Secara umum, data dalam kajian etnografi komunikasi seperti yang telah digariskan oleh Saville-Troike (2003) seperti berikut;

1. Maklumat latar adalah berkaitan dengan latar belakang sejarah komuniti yang dikaji.
2. Bahan-bahan artifak adalah objek fizikal yang ada dalam komuniti tertentu.
3. Organisasi sosial adalah merujuk kepada suatu senarai institusi yang ada dalam komuniti itu termasuklah identiti para pemimpin dan pemegang satu-satu jawatan, sumber kuasa dan pengaruh, organisasi formal dan tidak formal, hubungan etnik dan kelas, stratifikasi sosial dan pola-pola distribusi dan asosiasi.
4. Maklumat perundangan adalah berkaitan dengan undang-undang dan keputusan mahkamah yang merujuk kepada bahasa.

5. Data seni adalah berkaitan dengan sumber-sumber kesusasteraan sama ada bertulis atau lisan.
6. Pengetahuan umum adalah berasaskan pengalaman tanpa perlu pembuktian.
7. Kepercayaan tentang penggunaan bahasa adalah bersangkutan paut dengan kepercayaan yang ada kaitan dengan pantang larang atau nilai kepercayaan komuniti tersebut.
8. Data tentang kod linguistik adalah berkaitan dengan bukan sahaja unit-unit bahasa dalam peristiwa bahasa yang dikaji, malah fitur-fitur paralinguistik dan tanpa bahasa dalam pola komunikasi yang diteliti.

Komuniti Wacana

Konsep komuniti wacana adalah berkembang hasil daripada konsep komuniti bahasa (*speech community*) dan komuniti interpretif (*interpretive community*) (Borg, 2003). Komuniti bahasa adalah kelompok penutur-penutur bahasa yang memiliki atau menuturkan bahasa yang sama. Ini seperti takrif komuniti bahasa yang diberikan oleh Kridalaksana (1983) bahawa, "...hanya merujuk kepada kelompok manusia yang merasa memiliki bahasa bersama atau merasa termasuk dalam kelompok itu, atau yang berpegang pada bahasa standard yang sama."

Manakala komuniti interpretif seperti yang dinyatakan oleh Fish (1980) memperlihatkan adanya perkongsian minat, tujuan dan matlamat khusus yang tidak bersifat individu. Dalam komuniti interpretif ini peluasan komuniti dilihat berdasarkan kepada pendapat umum dan konvensional dan bukannya pendapat individu. Ini memperlihatkan pembentukan jaringan komuniti hasil daripada perkongsian pendapat terhadap suatu teks yang sama. Dalam komuniti interpretif penekanan diberikan kepada interaksi sosial dalam kalangan komuniti dan tidak memberi penekanan terhadap lokasi interaksi atau entiti geografi (*geographic entity*).

Pertindihan antara komuniti wacana dan komuniti bahasa dalam suatu peristiwa komunikatif boleh berlaku iaitu apabila individu dalam komuniti wacana yang mempunyai banyak peranan dalam suatu masyarakat menjadi ahli dalam komuniti bahasa dan juga menjadi ahli dalam komuniti wacana yang lain. Ahli-ahli komuniti wacana dalam suatu peristiwa komunikatif saling berinteraksi dan ini akan mempengaruhi tindakan komunikatif. Bahkan interaksi antara komuniti suatu peristiwa komunikatif dengan suatu peristiwa komunikatif yang lain adalah berbeza kerana suatu genre itu tidak menentukan bagaimana ahli komuniti wacana patut berhubung dalam berkomunikasi pada setiap hari.

Mengikut Swales (1988) komuniti wacana mempunyai struktur masyarakat mengikut *centrifugal*, manakala komuniti bahasa mempunyai struktur masyarakat *centripetal*. Struktur masyarakat *centrifugal* memperlihatkan komuniti dalam keadaan berselerakan atau berpusing jauh dari pusat. Malah dalam komuniti wacana ini ada kecenderungan untuk mengasingkan orang mengikut kumpulan-kumpulan tertentu seperti mengikut pekerjaan atau minat terhadap sesuatu (*speciality-interest group*). Komuniti wacana juga akan mendapatkan ahli-ahlinya dengan pujukan, latihan atau apa-apa kelayakan yang sesuai.

Manakala dalam masyarakat *centripetal* menunjukkan kecenderungan untuk menyerap komuniti kedalam suatu strukturyang umum. Ini kerana dalam komuniti bahasa ini struktur masyarakat menunjukkan pemusatan dan penarikan komuniti penutur suatu bahasa. Malah komuniti bahasa akan mendapat keahlian berdasarkan kepada keturunan, kebetulan atau pengambilan (penerimaan).

Bahkan komuniti wacana mengikut Asmah Omar (2009) adalah penulis-pembaca dan pengucap-pendengar (pemegang peranan dan sasaran). Ini kerana mesej wacananya adalah ditujukan kepada komuniti wacana ini. Bahkan salah satu daripada kriteria komuniti wacana yang dikemukakan oleh Swales (2008) ialah komuniti wacana dalam suatu peristiwa komunikatif terdiri daripada ahli-ahli komuniti yang mempunyai minat yang sama. Manakala Asmah Omar (2009) pula menyatakan bahawa hasil penulisan daripada komuniti wacana adalah suatu tindakan komunikatif. Misalnya, ahli-ahli perubatan merupakan satu komuniti wacana dan tindakan komunikatif terhadap sesuatu kajian perubatan adalah kecenderungan mereka terhadap minat yang sama.

Bagi tujuan mengenal pasti komuniti wacana, Swales (2008) telah memberi 6 kriteria iaitu;

- i. ada tujuan bersama yang bersifat umum iaitu sama ada secara bertulis atau sebaliknya.
- ii. ada mekanisme penyertaan untuk saling berhubung antara kalangan ahli-ahli iaitu dengan melibatkan mekanisme yang berbeza seperti mesyuarat, surat menyurat, telekomunikasi dan sebagainya.
- iii. ada berlaku pertukaran maklumat dalam kalangan ahli yang tujuannya berbeza bergantung kepada matlamat yang sama iaitu dengan memberi maklumat atau memberi maklum balas bagi memastikan suatu komuniti itu adalah ahli kepada komuniti wacana tersebut.
- iv. merupakan komuniti bagi genre yang tertentu iaitu dengan menggunakan dan memiliki satu atau lebih genre bagi menjayakan tujuan komunikatif.
- v. mempunyai beberapa istilah yang sangat khusus iaitu dengan istilah yang benar-benar menjadi kepunyaan suatu komuniti wacana dan seterusnya dapat membezakan dengan komuniti wacana yang lain.
- vi. mempunyai tahap kepakaran yang tinggi mengikut kesesuaian dalam suatu bidang tertentu.

Selain itu Swales (1988) telah memecahkan komuniti wacana kepada dua iaitu komuniti wacana tempat (*place discourse community*) dan komuniti wacana fokus (*focus discourse community*). Komuniti wacana tempat merujuk kepada suatu kelompok orang yang lazimnya bekerja bersama-sama dengan mempunyai peranan dan tujuan secara berkumpulan. Dalam konsep ini rangkaian genre akan berkembang dengan beberapa persetujuan seperti tentang corak kerja dan menjadi satu cara untuk memberi inisiatif kepada komuniti baru yang tidak mempunyai pengalaman dalam suatu situasi bagi memulakan suatu amalan baru. Manakala komuniti wacana fokus tidak memberi penekanan kepada penglibatan bersama tetapi memberi penekanan kepada individu.

Interpretasi Mesej Dalam Facebook dan Twitter

Bahasa adalah pemangkin komunikasi melalui media sosial pilihan para pengguna. Penggunaan bahasa melambangkan keperibadian individu tersebut. Pengguna media sosial mungkin tidak dapat bersemuka (*face to face*) namun melalui komunikasi yang berterusan melalui media ini, hubungan sosial dapat berterusan. Justeru, penggunaan bahasa yang tidak mengetepikan etiket bahasa secara tidak langsung dapat membina komunikasi berkesan. Malahan sebagai pengguna media sosial terdapat beberapa ketetapan dalam norma interaksi dan norma interpretasi yang perlu dipatuhi untuk mencapai matlamat bersama.

Fungsi Facebook sebagai wadah kepada perkongsian maklumat secara tidak langsung membina hubungan sosial dengan pengguna media ini. Melalui kemas kini status, sebagai suatu perkongsian pemilik akaun Facebook akan memuat naik status dalam pelbagai bentuk

sama ada melalui penggunaan kata-kata atau gambar. Ungkapan pernyataan, berita, petikan atau jenaka menurut Maslida dan Karim (2015) menjadi sebahagian daripada lakuan tutur untuk mengemaskini status yang dimuat naik oleh pengguna Facebook. Ke kerapannya pemilik untuk mengemaskini status bergantung kepada individu tersebut kerana terdapat pengguna yang melakukannya saban hari, atau saban waktu.

Di samping itu, pemilik akaun juga boleh berkongsi status terkini dengan sebahagian rakan (*friend*) Facebook yang terpilih sahaja. Namun pengguna lain yang merupakan rakan kepada pemilik akaun tersebut masih mampu memberi maklum balas dengan memberi komen, respons melalui butang ikon (*icon*) suka atau gembira, sedih, marah dan sebagainya, atau respons melalui butang kongsi (*share*). Justeru, melalui respons yang diberikan oleh rakan Facebook pemilik akaun secara tidak langsung dapat membentuk suatu komuniti wacana yang mempunyai minat yang sama. Selain itu, suatu perkongsian yang dipaparkan dalam Facebook kadangkala memberi interpretasi memaparkan tradisi masyarakat Malaysia. Perhatikan rajah status yang dikemas kini oleh pemilik akaun Facebook sitifatimah di bawah;

Rajah 1



Sumber: <https://www.facebook.com/yoctyo>

Berdasarkan status kemas kini yang dimuat naik di Facebook dalam rajah 1 di atas dapat diperhatikan pemilik akaun ini telah berkongsi gambar dengan pengguna Facebook yang lain. Gambar yang dikongsi diberikan sedikit ungkapan oleh empunya akaun Facebook ini iaitu “Nasi Ambeng Chinese New Year di Peket 60” sebagai memberi penerangan ringkas kepada pembaca. Nasi ambeng menjadi warisan budaya orang Jawa yang biasanya dihidangkan semasa kenduri kendara. Daripada ungkapan tersebut dapat difahami nasi ambeng tersebut disediakan semasa cuti Tahun Baru Cina di kampung Peket 60. Ini dapat diteliti daripada tarikh pemilik akaun Facebook ini mengemaskini statusnya iaitu 8 Februari, merupakan tarikh perayaan Tahun Baru Cina. Justeru, perkongsian ini menjelaskan bahawa kini nasi ambeng dapat disediakan dan dinikmati bukan sahaja sewaktu kenduri kendara tetapi setiap waktu. Malah dengan meletakkan ikon emosi sangat gembira (😊) oleh pemilik akaun ini menunjukkan suatu latar suasana tidak formal tetapi mesra yang ingin dikongsi bersama-sama dengan kenalan Facebook. Melalui saluran komunikasi ini secara tidak langsung seorang pengguna Facebook dapat menyampaikan maklumat atau pemberitaan dengan teratur yang tidak menimbulkan

sebarang entropi iaitu menurut Asmah Hj Omar (2010) sebagai suatu keadaan kecelaruan dalam menyampaikan maklumat.

Di samping itu juga daripada rajah 1 di atas juga dapat dilihat kehadiran komuniti wacana yang mempunyai minat yang sama dengan perkongsian yang dimuat naik oleh pemilik akaun tersebut. Dengan melalui saluran komunikasi media sosial ini, jelas terdapat komuniti Facebook yang ingin bersama-sama berkongsi keseronokan dengan status yang dimuat naik oleh pemilik akaun ini. Ini dapat diperhatikan berdasarkan komen dan butang bagus (👍) yang diberikan oleh pembaca atau pengguna Facebook yang merupakan sebahagian rakan Facebook pemilik akaun ini dengan perkongsian status yang dimuat naik. Komen dan respons positif yang diterima menjadi suatu yang bermakna kepada pemilik akaun ini. Malah ini merupakan sebahagian adab dalam masyarakat Malaysia semasa berkomunikasi yang menepati faktor-faktor yang ditekankan oleh Hymes (1977) dalam mewujudkan kesopanan. Komunikasi yang berkesan walaupun hanya dengan sekeping gambar dapat memberi gambaran yang jelas dari segi penyampaian tujuan mesej tersebut.

Rajah 2



Sumber: <https://www.Facebook.com/search/top/?q=nasi%20ambeng%20warung%20ibu%20tanjung%20karang>

Dalam rajah 2 di atas dapat diperhatikan bahawa tradisi nasi ambeng tidak hanya dapat dinikmati semasa kenduri kendara tetapi dapat diperoleh bila-bila masa sahaja. Ini kerana kini terdapat banyak kedai makan atau restoran yang menyediakan juadah nasi ambeng kepada pelanggan. Bahkan nasi ambeng kini tidak seperti zaman dahulu yang hanya dinikmati oleh masyarakat Jawa sahaja namun kini makanan tradisi ini turut membuka selera semua masyarakat di Malaysia. Berdasarkan rajah 2 jelas menunjukkan terdapat warung yang telah menyediakan nasi ambeng makanan tradisi masyarakat Jawa di Nasi Ambeng Warung Ibu Tanjung Karang. Tujuan pemilik akaun ini memuat naik status dalam Facebook adalah sebagai perkongsian maklumat dan perkongsian perasaan. Ini secara tidak langsung memaparkan ekspresi melalui gambar atau teks bukan linear. Menurut Asmah Haji Omar (2009) dalam tiap-tiap bidang ilmu mempunyai kecenderungan masing-masing dalam memilih teks bukan linear. Selain itu, ikon bagus (👍) dan ikon (😲) (*wow*) menunjukkan ekspresi yang terdapat dalam

rajah 2 menunjukkan ada pengguna media sosial ini yang turut memberi interpretasi keterujaan terhadap perkongsian gambar tersebut.

Rajah 3



Sumber: <http://penmerah.com/semasa/dah-langgar-kau-biar-kakak-aku-dalam-longkang/>

Berdasarkan rajah 3 di atas, menunjukkan perkongsian perasaan pengguna Facebook terhadap situasi yang dialami ahli keluarga mangsa kemalangan. Dengan penggunaan bahasa Melayu tidak formal dengan latar suasana yang tegang dapat menzahirkan perasaan sedih dan kecewa seorang lelaki dengan apa yang berlaku kepada salah seorang ahli keluarganya iaitu kakaknya yang telah menjadi mangsa langgar lari. Pernyataan perasaan 'Dah Langgar, Kau Biar Kakak Aku Dalam Longkang' Seorang lelaki berang apabila mengetahui kakaknya menjadi mangsa kes langgar lari' merupakan lakuan sosial (*social action*) dalam menunjukkan aktiviti kemas kini melalui perkongsian perasaan. Ini seperti yang dikatakan oleh Maslida Yusof & Karim Harun(2015) bahawa lakuan sosial adalah aktiviti yang dilakukan dalam kalangan pengguna media sosial dari segi aktiviti menulis dan mengemas kini status.

Rangkain sosial yang kini semakin digemari dan menjadi kegilaan dalam kalangan pengguna Internet adalah twitter. Melalui media sosial ini sebarang pemakluman tentang suatu perkara yang ingin dikongsi oleh pemilik akaun twitter dapat dibaca oleh warga siber. Malah pengguna twitter yang berdaftar selain dapat membaca perkongsian maklumat, pengguna ini juga dapat memberi komen. Berbeza dengan warga siber tidak berdaftar yang hanya dapat membaca berita yang dikongsi oleh pemilik twitter tanpa dapat memberi sebarang komen atau tweet. Penggunaan bahasa yang ringkas melalui ungkapan ekspresi atau pernyataan biasa sama ada dalam bentuk ayat berita atau ayat penyata memberi suatu interpretasi yang dalam kepada warga netizen yang mempunyai minat yang sama dengan perkongsian yang dipaparkan oleh pemilik akaun twitter tersebut.

Dengan twitter, penggunaan bahasa melalui ungkapan yang ringkas memberi ruang kepada pengguna Internet untuk sama-sama berkongsi perasaan atas maklumat yang dipaparkan oleh pemilik akaun twitter tersebut. Ini juga merupakan suatu situasi melengkapkan komunikasi antara penulis dan pembaca, kerana pembaca yang berkenaan dapat memberi maklum balas

bukan sahaja dalam bentuk komen malah respons boleh juga diberikan dengan hanya memberi 'retweet' sahaja. Dengan demikian secara tidak langsung dapat diperhatikan jaringan komuniti wacana yang mempunyai tujuan bersama. Perhatikan rajah 4 di bawah;

Rajah 4



Sumber: Twitter @NajibRazak

Berdasarkan rajah 4 di atas, pemilik akaun twitter ini iaitu Perdana Menteri Malaysia Datuk Seri Mohd Najib Tun Razak telah berkongsi berita tentang kebakaran di Hospital Sultanah Aminah. Ungkapan ekspresi melalui pernyataan 'Perdana Menteri ucap takziah' menunjukkan perasaan sedih yang ingin dikongsi dengan pembaca dengan situasi yang berlaku di hospital tersebut. Penggunaan ungkapan yang ringkas iaitu dengan penggunaan perkataan yang ringkas seperti 'Hosp', 'sdg', 'sy' dan 'tggg' masih boleh difahami oleh pengguna Internet kerana penggunaan perkataan yang dipaparkan dalam twitter pemilik akaun ini telah menjadi suatu kebiasaan dalam kalangan masyarakat negara ini. Oleh demikian tidak timbul kekeliruan dalam kalangan pembaca untuk memberi interpretasi terhadap mesej yang dikongsi ini. Pemakluman tentang situasi yang berlaku sedang diuruskan oleh pihak 'KKMPutrajaya' dan 'bombaJBPM' turut dipaparkan dalam akaun twitter ini. Bahkan pemilik akaun ini juga ingin memberitahu pembaca twitter bahawa beliau sedang menunggu laporan lanjut tentang berita yang dikongsi melalui ungkapan 'sy sgd tggg laporan terkini'. Justeru, laporan lanjut daripada pihak berkenaan amat dinantikan juga daripada komuniti wacana yang sedang mengikut perkembangan berita tersebut. Di samping itu juga, jumlah 'retweet' yang dipaparkan iaitu (↻)248 secara tidak langsung jelas menunjukkan komuniti wacana yang mempunyai jaringan sosial yang luas berkongsi dengan pembaca Internet yang lain melalui paparan perkongsian berita yang sama dalam milik akaun twitter mereka sendiri. Respons daripada pembaca yang juga merupakan komuniti wacana dalam jaringan sosial twitter ini dapat diperhatikan berdasarkan jumlah suka melalui ikon (♥) iaitu 123. Justeru, budaya dalam media sosial yang melingkungi aktiviti komuniti wacana mencerminkan nilai etika pemilik akaun dan pembaca sebagai gambaran budaya masyarakatnya. Ini kerana menurut Asmah Omar (2010) bahawa setiap wacana mempunyai perkaitan dengan budaya dan sejarah orang dan tempat (komuniti, Negara, institusi) yang terlibat.

Interpretasi suka yang dipaparkan bukan bermaksud perasaan suka dengan situasi yang dimaklumkan oleh pemilik akaun ini namun ini menunjukkan perasaan sedih yang turut dirasakan oleh pembaca.

Rajah 5



Sumber: Twitter @bombaJBPM

Dalam rajah 5 di atas merupakan suatu perkongsian maklumat daripada pemilik akaun twitter iaitu bomba. Dengan maklumat terkini yang pasti dinantikan oleh komuniti wacana di alam siber memberi setiap komuniti untuk sama-sama menyelami perasaan pihak yang terlibat dalam situasi tersebut. Ungkapan 'Seorang lagi mangsa ditemui, 6 meninggal dunia' adalah suatu ungkapan pernyataan berita yang dikeluarkan oleh pihak bomba sebagai memastikan tidak berlaku penyebaran maklumat yang tidak tepat. Ini kerana dalam alam budaya siber terdapat banyak berita yang disampaikan kurang atau tidak tepat. Oleh demikian ketepatan suatu maklumat memerlukan kerjasama dalam kalangan komuniti siber yang juga merupakan komuniti wacana saling berhubung sebagai memenuhi tujuan.

Walaupun perkongsian berita ini tanpa disertakan gambar yang berkaitan dengan berita yang dikongsi namun dengan ungkapan pernyataan yang ringkas memberi kesan kepada pembaca berdasarkan sumber berita tersebut iaitu daripada pihak yang dipercayai. Komuniti wacana memberi interpretasi yang positif, iaitu melalui respons perkongsian dengan jaringan komuniti yang lain. Ini menunjukkan komunikasi dalam twitter adalah cerminan budaya popular yang telah mempengaruhi corak komunikasi masyarakat Malaysia. Ini seperti yang digambarkan tentang budaya popular oleh Wan Abdul Kadir Wan Yusof (1986) bahawa budaya popular itu berkait rapat dengan kehidupan atau keseluruhan cara hidup harian anggota masyarakat setiap hari misalnya terdedah kepada media massa. Pernyataan berita walaupun dalam twitter sekiranya dari sumber dan diyakini memberi maklumat yang benar menjadi nilai etika tradisi dalam masyarakat Malaysia yang dianggotai oleh komuniti wacana ini untuk menerima berita tersebut.

Rajah 6



Sumber: Twitter @shaberyc

Dalam rajah 6 di atas, pemilik akaun twitter ini iaitu Shabery Cheek telah memuat naik suatu perkongsian melalui beberapa keeping gambar dengan pembaca. Dengan hanya beberapa gambar dan satu ungkapan yang ringkas dapat menyampaikan mesej yang ingin dimaklumkan kepada umum oleh pemilik akaun ini. Bahkan nilai kebijaksanaan pemilik akaun twitter ini dalam berkongsi maklumat melalui penggunaan bahasa yang ringkas dan tepat serta gambar yang dikongsi secara tidak langsung dapat memancarkan minda yang dimiliki. Ini kerana proses pembentukan realiti sosial yang berlaku dalam masyarakat adalah melalui penggunaan bahasa Hassan Ahmad (2004). Begitu juga dalam mengenali warga siber dan komuniti wacana yang boleh diperhatikan dari segi penggunaan bahasa yang diungkapkan melalui paparan di twitter atau media sosial yang lain.

Di samping itu, dapat diperhatikan dalam rajah 6 ungkapan 'Menjadi sukarelawan adalah pengalaman menarik'. Tksah MPP UPM yg menawarkan 1500 orgng Agrotroopers utk Maha2016.', diujarkan oleh pemilik akaun ini yang juga merupakan seorang menteri. Dengan pilihan bahasa tidak formal yang masih mematuhi etiket bahasa dapat mendekatkan seorang menteri dengan orang ramai. Perkongsian berita bergambar dan disertakan ungkapan terima kasih individu yang mempunyai kedudukan yang tinggi dalam kalangan masyarakat dapat merapatkan jurang tersebut. Ini adalah sebagai suatu penghargaan daripada seorang pemimpin kepada orang ramai kerana menurut Asmah Omar (2010) etiket bahasa perlulah berteraskan peraturan sosial dan budaya komuniti penuturnya. Interpretasi pembaca terhadap perkongsian maklumat yang dimuat naik oleh pemilik akaun ini memancarkan keterbukaan individu yang bergelar menteri untuk sama-sama menghargai dan berterima kasih kepada pihak yang dimaksudkan.

Kesimpulan

Dalam memperkatakan media sosial terdapat jaringan sosial yang sangat luas iaitu merangkumi warga siber yang menjadi penulis-pembaca. Perkongsian berita yang bersifat maklumat atau ekspresi seorang netizen menghendaki warga siber yang membaca memberi respons yang bersifat komen atau sekadar memberi status suka atau berkongsi dengan melalui paparan yang sama dalam akaun media sosial masing-masing. Dengan jaringan sosial yang

menghubungkan antara pengguna Internet di seluruh rangkaian media sosial membentuk suatu komuniti wacana yang mempunyai tujuan bersama. Justeru, hubungan sosial yang terjalin tanpa bersemuka meletakkan media sosial menjadi tempat untuk komuniti wacana saling berhubung. Interaksi yang berlaku antara penulis-pembaca dengan hanya dalam maya memerlukan interpretasi yang bukan sekadar difahami oleh pemilik akaun atau penulis malah pengguna Internet atau pembaca perlu merangka suatu interpretasi yang benar-benar menepati maksud yang ingin dikongsi oleh penulis. Ini kerana norma interpretasi itu perlulah dibina mengikut konteks tertentu oleh individu yang turut serta agar tafsiran yang dilakukan masuk dalam akal fikiran (Garfinkel, 1986). Oleh demikian norma interpretasi menghubungkan budaya dan nilai etika yang mendukung keperibadian dan komuniti yang sama-sama melibatkan diri dalam situasi tersebut.

Di samping itu, perkembangan dalam media sosial semakin hari memberi cabaran kepada pengguna. Berita yang dipaparkan kadang kala membawa kejengkelan kepada pembaca kerana kerakusan netizen yang menyampaikan maklumat yang tidak tepat. Pembaharuan dapat dilihat dalam penyampaian berita atau makluman melalui media sosial ini, malah secara tidak langsung membawa suatu budaya baru dalam komuniti yang terlibat dalam membentuk pola perhubungan yang luas. Menurut Asmah Omar (1988) pergaulan ahli masyarakat merupakan salah satu gambaran perkembangan kebudayaan mereka. Cabaran kepada masyarakat dalam memberi interpretasi kepada suatu perkongsian dalam media sosial perlu seiring dengan nilai tradisi yang dimiliki bersama.

Rujukan

- Asmah Omar. 1988. Bahasa Iklan Perniagaan: Satu Kajian Bahasa Retorik. Kuala Lumpur: DBP.
- Asmah Omar. 2009. Panduan Wacana Akademik Teori dan Penerapan. Kuala Lumpur: DBP.
- Asmah Omar. 2010. Kajian dan Perkembangan Bahasa Melayu. Kuala Lumpur: DBP.
- Biber, D. dan Conrad, S. 2009. Register, Genre, and Style. Cambridge: Cambridge University Press.
- Borg, E. 2003. Discourse community. *ELT Journal*. Vol. 57 (4): 398 – 400.
- Eisenlauer, V. 2014. Facebook as a third author---(semi-)automated participation framework in social network sites. *Journal of Pragmatics* 72: 73—85.
- Fasold, R. 1990. *The Sociolinguistics of Language*. United Kingdom: Basil Blackwell.
- Fish, S. 1980. *Is There a Text in This Class? The Authority of Interpretive Communities*. London: Harvard University Press.
- Garfinkel, H. 1986. Remarks on ethnomethodology. In *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*, edited by Gumperz, J.J & Hymes, D., 301 - 324. New York: Basil Blackwell.
- Hassan Ahmad. 2004. Bahasa Melayu dan minda Melayu: satu tinjauan kritis. *Jurnal Melayu*. Bil. 1: 388-392.
- Hymes, D. 1977. *Foundation in Sociolinguistics: An Ethnographic Approach*. London: Tavistock Publications Limited.
- Hymes, D. 1986. Models of the interaction of language and social life. In *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*, edited by Gumperz, J.J & Hymes, D., 35 – 71. New York: Basil Blackwell.
- Karim Harun & Maslida Yusof. 2015. Komunikasi bahasa Melayu-Jawa dalam media sosial. *Journal of Communication*. Jilid 31(2): 617-629. <http://ejournal.ukm.my/mjc> Retrieved on: 15 August 2016.
- Koentjaraningrat. 1981. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru.

- Kridalaksana, H. 1983. Kamus Linguistik. Jakarta: Penerbit PT Gramedia.
- Maslida Yusof & Karim Harun. 2015. Analisis lakuan tutur dalam ruangan status Facebook. *Jurnal Komunikasi. Malaysian Journal of Communication*. Jilid 31(2): 151-168. <http://ejournal.ukm.my/mjc> Retrieved on: 20 October 2016.
- Mohd Khairuddin Mohad Sallehuddin & Mohamad Fauzi Sukimi. 2014. Interaksi sosial di ruang maya: Kajian kes jaringan sosial melalui laman Facebook di Malaysia. *GEOGRAFIA Online. Malaysian Journal of Society and Space* 10 (6): 138 - 147. <http://www.ukm.my/geografia> Retrieved on: 20 October 2016.
- Sa'adiyah Ma'alip. 2015. Pemilihan Bahasa Dalam Komunikasi di Laman Sosial. *Jurnal Komunikasi. Malaysian Journal of Communication*. Jilid 31(2): 231-246. <http://ejournal.ukm.my/mjc> Retrieved on: 15 August 2016.
- Saville-Troike, M. 1991. *Etnografi Komunikasi Suatu Pengenalan*. Terj. Ajid Che Kob. Kuala Lumpur: DBP.
- Siti Ramizah Khairunnisa Mohd Radzi, Jusang Bolong, Ezhar Tamam. (2018). Pola Pameran Emosi Individu Introvert dan Ekstrovert dalam Facebook: Sebuah Eksperimen Awal. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* Jilid 34(3): 40-55
- Supyan Hussin. 2007. Korpus bahasa SMS: antara kreativiti dan ancaman kepada bahasa. In *Linguistik Teori dan Aplikasi*, edited by Nor Hashimah Jalaludin, Imran Ho Abdullah & Idris Aman, 258-277. Bangi: Penerbit UKM.
- Swales, J. M. 2008. *Genre Analysis: English in A Academic and Research Setting*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wan Abdul Kadir Wan Yusof. 1986. Pertumbuhan popular masyarakat Melayu bandaran sebelum perang dunia kedua. In *Kajian Budaya dan Masyarakat di Malaysia*, edited by Mohd. Taib Osman & Wan Kadir Yusoff, 55 – 109. Kuala Lumpur: DBP.