

Penggunaan Bahasa Slanga Dalam Aplikasi IM (*Instant Messaging*) WhatsApp: Kajian di Kalangan Pelajar UiTM.

Siti Nasarah Ismail

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media,
Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Melaka, Malaysia
ct_nasarah@yahoo.com
019-5414426

Dzaa Imma Abd Latiff

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media,
Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Melaka, Malaysia
dzaa71@yahoo.com

Siti Nur Farrah Faadiah Ab Ghani

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media,
Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Melaka, Malaysia
farrah1205@yahoo.com

Suhaila Kamal

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media,
Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Melaka, Malaysia
suhailakamal@gmail.com

Siti Nur Shahidah Sah Alam

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media,
Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Melaka, Malaysia
shahidah321@melaka.uitm.edu.my

Abdul Rauf Ridzuan

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media,
Universiti Teknologi Mara (UiTM) Cawangan Melaka, Malaysia
raufsan@yahoo.com

ABSTRAK

Instant messaging (IM) sudah bertapak lama semenjak kewujudan media baharu. Tetapi kini dengan berkembangnya media baharu ke arah medium yang lebih interaktif, terdapat pelbagai pilihan aplikasi IM yang boleh digunakan oleh pengguna, antaranya seperti WhatsApp, Wechat, Line dan sebagainya. Era IM menjadi satu trend sosial dan komunikasi terkini di kalangan masyarakat. Tambahan pula, servis aplikasi IM ini disediakan secara komersial dan percuma, yang diperlukan hanyalah telefon pintar dan talian internet. Sehingga September 2015, jumlah pengguna aktif WhatsApp telah mencecah 900 juta orang. Walaubagaimanapun, isu penggunaan bahasa slang ketika berkomunikasi menggunakan aplikasi IM menjadi semakin ketara. Oleh itu, kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti faktor-faktor penyumbang yang membawa kepada isu tersebut. Soalan kajiselidik telah diedarkan kepada para pelajar UiTM Melaka yang aktif menggunakan aplikasi IM ini sama ada untuk urusan rasmi atau peribadi.

Kata kunci: *instant messaging (IM), komunikasi, media baharu, whatsapp, slang*

PENGENALAN

Instant messanging (IM) ini bukanlah teknologi terbaru, ia telah wujud lebih kurang 20 tahun lalu. Tetapi suatu ketika dahulu, pengguna IM berkomunikasi hanya dengan menggunakan komputer dan menerusi laman web. Kini, aplikasi IM telah melonjak ke fasa baru dimana ia adalah salah satu aplikasi wajib dalam telefon pintar.

Instant messaging (IM) adalah satu bentuk komunikasi yang berlaku pada masa yang sama di antara dua orang atau lebih dengan menggunakan aplikasi internet seperti *AOL Instant Messenger* (AIM), *Windows Live Messenger* (MSN), *Facebook Messenger*, *WhatsApp*, *WeChat*, *Telegram* dan sebagainya (C.K. Varnhagen, et.al., 2009).

Di antara pelbagai aplikasi IM yang boleh digunakan oleh para pengguna telefon pintar, aplikasi WhatsApp antara yang menjadi pilihan ramai. Sehingga September 2015, pengguna aplikasi WhatsApp telah mencecah 900 juta orang, antara jumlah terbesar bagi penggunaan aplikasi IM. Aplikasi WhatsApp ini boleh dimuat turun secara percuma untuk setiap telefon pintar.

Penggunaan WhatsApp adalah dengan menggunakan talian Internet. Oleh itu, kos penggunaannya adalah lebih murah berbanding menggunakan perkhidmatan *short messaging system* (SMS). Penggunaan WhatsApp ini juga membolehkan pengguna menghubungi rakan-rakan ataupun saudara mara yang berada di luar negara tanpa kos yang tinggi. Selain daripada fungsi utama untuk menghantar teks mesej, pengguna juga boleh menghantar gambar, audio atau video. Ciri-ciri lain aplikasi ini adalah turut disediakan perbualan secara berkumpulan, mesej suara dan perkongsian lokasi.

KOMUNIKASI, SLAGA DAN INSTANT MESSAGING (IM)

Komunikasi bertulis / perbualan dalam *Instant Messaging* (IM), teks mesej, laman sembang dan bentuk komunikasi elektronik lain kelihatan telah mewujudkan / mencipta 'bahasa baru' yang terdiri daripada akronim, perkataan ringkas, dan perkataan kombinasi (C.K. Varnhagen, et.al., 2009).

Akronim adalah kata ringkas yang sering digunakan untuk penulisan tetapi dibaca seperti perkataan penuh dan kini ia makin digunakan dalam *Instant Messaging* (IM) (Betty, 2008). Akronim itu muncul daripada huruf pertama setiap perkataan dalam satu ayat menjadi satu perkataan. Sebagai contoh satu ayat *as soon as possible* menjadi satu perkataan *asap*. Fenomena penggunaan akronim iaitu bahasa yang kurang tepat secara teknikalnya, atau boleh dikategorikan sebagai 'kesalahan ejaan' menunjukkan kontemporari slanga dan ini adalah satu evolusi Bahasa inggeris (C.K. Varnhagen, et.al., 2009; Lewis & Fabos, 2005; Spatafora, 2008; Tagliamonte & Denis, 2006).

Manakala, perkataan kombinasi itu bermaksud dua perkataan berlainan disatukan menjadi satu perkataan dan separuh dari perkataan asalnya dibuang. Sebagai contoh perkataan *smoke* dan *fog*, bergabung dan menjadi perkataan *smog*. Kombinasi dua perkataan ini juga dikatakan sebagai slanga kerana perkataan yang wujud itu asalnya tidak didaftarkan.

Perkataan slanga adalah normal dalam bahasa manusia, dan ia sukar untuk diberi definisi yang tepat kerana ia adalah kompleks (Krassimira, 2007). Menurut Asher (1994) dan Magdeline (2006), slanga itu bukan satu fenomena baru sehingga abad ke-19, ia telah menjadi sebahagian daripada kehidupan moden, dan juga masyarakat moden secara umumnya. Ada sesetengah orang mendefinisikan slanga itu sebagai sesuatu yang positif, ada juga beranggapan ia negatif (Krassimira, 2007). Tetapi menurut kajian yang dijalankan merujuk kepada kamus dan sumber sosiolinguistik, slanga itu bermaksud sejenis bahasa tidak rasmi, santai, dan tidak standard (Krassimira, 2007; Akmajian, Demers, Farmer, & Harnish, 2001).

Slanga adalah satu perkataan yang semua orang tahu tetapi sukar untuk didefinisikan. Menurut Kamus Oxford, slanga itu bermaksud sejenis bahasa yang terdiri daripada perkataan dan kelompok kata yang tidak formal, lebih sinonim digunakan dalam percakapan berbanding penulisan dan kerap digunakan oleh golongan tertentu. Ini disokong oleh pernyataan bahawa slanga itu adalah tidak sesuai, tidak sistematik, bahasa yang tidak boleh diterima dan kosa kata yang tidak betul yang muncul daripada bahasa standard (Munro, 1997).

Satu-satu perkataan itu tidak akan dikenalpasti sebagai perkataan slanga selagi ia tidak diisytiharkan sebagai satu slanga oleh mana-mana individu (Adam, 2009). Walaubagaimanapun, ada sesetengah penyelidik terdahulu kurang bersetuju untuk menyatakan bahawa slanga itu adalah satu bahasa yang tidak standard (Krassimira, 2007). Ini kerana terdapat pelbagai definisi slanga mengikut kegunaannya. Eble (1996), Andersson and Trudgill (1990) berpendapat bahawa slanga kebiasaannya digunakan ketika situasi tidak formal. Ini bermaksud adalah tidak sesuai dan pelik untuk menggunakan slanga dalam konteks formal.

Walaupun akronim dan kata ringkas sering digunakan dalam aplikasi IM tetapi masih terdapat golongan yang tidak menggunakannya (Betty, 2008). Malah ada dikalangan mereka yang salah faham terhadap mesej yang cuba disampaikan. Sebagai contoh perkataan FYI yang membawa maksud *for your information*. Ada sesetengah akronim yang digunakan ketika berinteraksi menggunakan IM adalah mudah difahami dan diinterpretasikan oleh orang lain, dan ada juga yang sukar difahami.

Malah, penyelidik juga berpendapat bahawa penggunaan slanga ini makin berleluasa sehinggakan ada para pelajar yang menghantar mesej menggunakan IM kepada pensyarah dan intipati IM itu sukar dibaca kerana penggunaan abreviasi dan akronim (slanga) yang keterlaluan. Selain itu, masyarakat Malaysia dilihat lemah dalam penguasaan Bahasa Inggeris, penggunaan bahasa yang tidak sesuai dalam perbualan harian (Thurairaj et.al, 2014).

REMAJA DAN PENGGUNAAN SLAGA

Slanga dikatakan sebagai elemen penting atau wajib dalam budaya remaja (Androutsopoulos, 2005). Menurut artikel berkaitan teks mesej, kumpulan terbesar yang menggunakan teks mesej adalah mereka yang lahir selepas tahun 1980 (Betty, 2008). Ini disokong oleh pernyataan bahawa slanga lebih popular digunakan oleh golongan remaja dan pelajar kolej (Finegan, 2008).

Wujudnya komunikasi elektronik seperti IM telah menjadi sangat popular dikalangan remaja. Satu tinjauan yang dijalankan menunjukkan sejumlah besar remaja di Amerika Syarikat terlibat dengan pelbagai komunikasi elektronik untuk kegiatan harian, dan IM adalah salah satu saluran yang popular (Lenhart, Madden, & Hitlin, 2005; Lenhart, Madden, Macgill, & Smith, 2007; Lenhart, Rainie, & Lewis, 2001).

Menurut Prater, pelajar lebih selesa menggunakan teks mesej berbanding komunikasi suara (panggilan audio) menggunakan telefon bimbit sebagai salah satu cara untuk mengelak daripada mereka yang sukar berhenti bercakap ketika berbual dalam talian (Betty, 2008). Malah sebagai contoh, ketika berada bersebelahan sekalipun di dalam dewan kuliah, kebanyakan remaja memilih untuk berbual menggunakan teks mesej untuk mengelak daripada didengari perbualannya oleh orang lain (Betty, 2008).

Ini menunjukkan bahawa penggunaan telefon bimbit membolehkan pengguna untuk menghantar teks kepada sesiapa pun sama ada ketika berada dalam mesyuarat, kelas

dan sebagainya (Betty, 2008). Ini kerana kebanyakan remaja mampu menaip teks mesej hanya menggunakan sebelah tangan yang berada dalam poket sementara mereka masih memberikan perhatian dalam tugas mereka (Betty, 2008).

Menaip adalah lebih perlahan berbanding percakapan, oleh itu meringkaskan perkataan adalah antara pilihan terbaik apabila berkomunikasi atau berinteraksi menggunakan *Instant Messaging* (IM) WhatsApp (C.K. Varnhagen, et.al., 2009; Werry, 1996). Sebagai contoh, meringkaskan perkataan '*got to go*' menjadi *GTG*.

Majoriti pelajar memiliki telefon bimbit dan menggunakan teks mesej sama ada SMS ataupun IM. Alasan utama mereka menggunakan akronim dan perkataan ringkas adalah 'pantas'. Pelajar kebiasaannya menghantar teks mesej beberapa kali sehari. Oleh itu, ini jelas menunjukkan bahawa golongan ini adalah golongan utama sebagai pengguna teks mesej (Betty, 2008). Berkemungkinan untuk mempercepatkan komunikasi, pengguna telah mewujudkan 'jalan pintas' untuk menyampaikan perkataan, frasa dan emosi (Werry, 1996).

FAKTOR MOTIVASI PENGGUNAAN SLANGA

Faktor-faktor motivasi penggunaan slanga adalah subjektif. Setiap pengguna mempunyai alasan tersendiri untuk menggunakan slanga dalam perbualan mahupun ketika menaip mesej. Motivasi merujuk kepada satu keadaan yang mendorong seseorang individu untuk melakukan sesuatu tindakan (Caro & Garcia, 2007; Moven & Minor, 1998).

Faktor motivasi terbahagi kepada dua jenis. Faktor dalaman (intrinsik) dan faktor luaran (ekstrinsik). Menurut Calder dan Staw (1975), tindakan seseorang adalah dipengaruhi oleh motivasi dalaman dan luaran. Motivasi dalaman adalah sesuatu yang menyebabkan seseorang untuk melibatkan diri dalam satu-satu aktiviti kerana ia menarik, menyeronokkan dan memuaskan. Manakala motivasi luaran pula membawa kepada penglibatan seseorang individu dalam satu-satu aktiviti kerana faktor ganjaran yang didorong dari luar. (Ekdale, Namkoong, Fung and Perimutter, 2010).

Menurut Adam (2009), kebiasaannya, penutur menggunakan slanga untuk mewujudkan keserasian dengan orang yang bertutur bersama dengannya dan slanga ini membantu mengenalpasti dan menubuhkan identiti dan kumpulan sosial. Berbalik kepada sifat slanga itu yang tidak formal memudahkan penutur untuk menyampaikan idea, meluahkan perasaan dan sebagainya.

Sesetengah penyelidik percaya penutur slanga menggunakan slanga untuk tujuan identifikasi sosial, terutamanya apabila mereka ingin menunjukkan kepada orang lain asal usul mereka. Eble (1996) dan Eckert (2000) menyatakan persepsi lain tentang slanga adalah ia adalah satu tindakan penunjuk-identiti sesebuah kumpulan daripada kumpulan-kumpulan lain selain daripada slanga dilihat sebagai satu trend fesyen atau gaya.

Sesetengah penutur slanga ini menggunakan slanga kerana mereka ingin merahsiakan mesej interaksi mereka. Hanya penerima mesej mereka sahaja yang memahami slanga tersebut. Menurut Halliday (1978), beliau menyatakan slanga adalah 'antibahasa' yang membawa maksud satu kod (kebiasanya rahsia) yang difahami oleh golongan tertentu. Antibahasa diperincikan ciri-cirinya sebagai rahsia, perkataan tidak rasmi, resosialisasi dan bahasa antimasyarakat (Magdeline, 2006).

Selain itu, slanga digunakan berkemungkinan untuk kesan humor dan mewujudkan interaksi sosial dimana satu-satu kumpulan menggunakan sesetengah perkataan untuk tujuan tertentu seperti pertemuan dan perpisahan (Bailey, 1985 dan Magdeline, 2006).

METOD KAJIAN

Oleh kerana sorotan literatur ada menemui pernyataan bahawa kebanyakan pengguna yang lahir selepas tahun 1980 adalah penyumbang terbesar dalam penggunaan teks mesej ringkas melalui telefon bimbit, maka penyelidik menjalankan kajian ini untuk mencari faktor-faktor penyumbang kepada penggunaan slanga yang keterlaluan dalam komunikasi harian mereka melalui telefon bimbit iaitu menerusi *Instant Messaging* (IM) WhatsApp. Soalan kajian adalah seperti berikut:

1. Apakah faktor motivasi penggunaan slanga dalam aplikasi *Instant Messaging* (IM) WhatsApp?
2. Apakah corak penggunaan slanga dalam aplikasi IM WhatsApp?

Penyelidik menggunakan soalan kaji selidik untuk mengumpul data berkaitan soalan kajian di atas. Soalan kaji selidik ini dijalankan kepada pelajar Ijazah Sarjana Muda Komunikasi Massa (Perhubungan Awam), Universiti Teknologi MARA Melaka. Soalan kaji selidik dijalankan ketika sesi kelas berlangsung. Seramai 39 orang pelajar terlibat dalam memberikan maklumat atau data yang diperlukan. Muka surat pertama soalan kaji selidik ada memberikan definisi slanga dan *Instant Messaging* (IM) kepada para pelajar sebagai rujukan dalam memberi maklumbalas:

Slanga: perkataan yang tidak berdaftar dan tiada dalam kamus. Kadangkala perkataan diringkaskan sehingga tidak dapat diinterpretasikan.

Instant Messaging (IM): secara asalnya komunikasi menggunakan komputer (tetapi kini boleh menggunakan telefon pintar)-komunikasi masa serentak.

Soalan kaji selidik mengandungi item berkaitan demografik, penggunaan *Instant Messaging* (IM) WhatsApp, penggunaan slanga dalam *Instant Messaging* (IM)WhatsApp untuk tujuan komunikasi. Muka surat seterusnya mengandungi soalan-soalan faktor penggunaan slanga dalam *Instant Messaging* (IM) WhatsApp. Soalan kaji selidik direka berdasarkan beberapa jenis bentuk soalan, seperti soalan pelbagai pilihan (MCQ), soalan terbuka, dan soalan skala Likert.

ANALISIS DATA DAN DAPATAN KAJIAN

Berdasarkan dapatan yang diperoleh, seramai 8 orang responden lelaki (20.5%) dan 31 orang responden perempuan (79.5%) telah menjawab soalan kaji selidik ini. Daripada keseluruhan 39 orang responden tersebut, seramai 20 orang (51.3%) berumur lingkungan 20-21 tahun, diikuti oleh 10 orang (25.6%) berumur 18-19 tahun. Seterusnya, 5 orang (12.8%) berumur di antara 22-23 tahun dan seramai 4 orang (10.3%) berumur 24 tahun ke atas. Majoriti responden (30 orang, 76.9%) menggunakan Bahasa Melayu sebagai bahasa utama mereka seharian, manakala seramai 9 orang responden (23.1%) menyatakan Bahasa Inggeris adalah bahasa utama mereka.

Jadual 1: Corak Penggunaan

Karakteristik	Bilangan	Peratus (%)
Tujuan menggunakan whatsapp		
Berhubung dengan kawan-kawan dan/atau keluarga	37	94.9
Mengetahui tentang perihal akademik	22	56.4
Mengetahui tentang aktiviti kawan-kawan	14	35.9

Menggunakan aplikasi telefon pintar	6	15.4
Kekerapan interaksi melalui WhatsApp		
Sangat kerap (lebih daripada 15 kali seminggu)	30	76.9
Kerap (11-15 kali seminggu)	6	15.4
Jarang (1-5 kali seminggu)	2	5.1
Kadang-kadang (6-10 kali seminggu)	1	2.6
Kekerapan menggunakan slanga dalam WhatsApp		
Setiap masa	13	33.3
Kerap	12	30.8
Jarang	11	28.2
Sangat Kerap	2	5.1
Tidak Pernah	1	2.6%
Topik Interaksi Menggunakan Slanga		
Rawak	17	43.6%
Cinta	2	5.1%
Gosip	4	10.3%
Akademik	2	5.1%
Kasual	8	20.5%
Peribadi	9	23.1%
Pengaruh Slanga Rakan Sebaya		
Banyak	20	51.3
Sederhana	15	38.5
Sedikit	4	10.3
Saudara Kandung		
Sederhana	21	53.8
Sedikit	13	33.3
Banyak	5	12.8
Ibubapa		
Sedikit	27	69.2
Sederhana	11	28.2
Banyak	1	2.6
Media Cetak		
Sederhana	21	53.8
Sedikit	13	33.3
Banyak	5	12.8
Media Elektronik		
Sederhana	21	53.8
Banyak	10	25.6
Sedikit	8	20.5
Internet		
Banyak	19	48.7
Sederhana	16	41
Sedikit	4	10.3
Lain-lain		
Sedikit	27	69.2
Sederhana	9	23.1
Banyak	3	7.7
Kekerapan Menggunakan Slanga dalam situasi berikut:		
Dengan saudara kandung		
Jarang	15	38.5
Kerap	12	30.8
Setiap masa	6	15.4
Tidak Pernah	6	15.4
Dengan remaja lain		
Kerap	16	41
Jarang	11	28.2
Setiap masa	7	17.9

Tidak pernah	5	12.8
Dengan orang dewasa (termasuk ibubapa)		
Jarang	16	41
Tidak pernah	15	38.5
Kerap	6	15.4
Setiap masa	2	5.1
Dengan rakan-rakan sekolah/rakan-rakan/rakan sebaya		
Setiap masa	13	33.3
Kerap	13	33.3
Jarang	7	17.9
Tidak pernah	6	15.4
Dengan orang yang tidak dikenali		
Tidak pernah	26	66.7
Jarang	6	15.4
Kerap	6	15.4
Setiap masa	1	2.6
Hanya ketika berinteraksi bersama rakan sebaya perempuan		
Kerap	15	38.5
Setiap masa	9	23.1
Jarang	8	20.5
Tidak pernah	7	17.9
Hanya ketika berinteraksi bersama rakan sebaya lelaki		
Kerap	12	30.8
Jarang	12	30.8
Tidak pernah	9	23.1
Setiap masa	6	15.4
Dengan lelaki dan perempuan yang serupa		
Kerap	13	33.3
Jarang	12	30.8
Tidak pernah	8	20.5
Setiap masa	6	15.4
Dengan pensyarah (situasi formal)		
Tidak pernah	25	64.1
Jarang	12	30.8
Kerap	2	5.1
Setiap masa	0	

Berdasarkan jadual 1 di atas, corak penggunaan WhatsApp dan slanga dapat dikenalpasti. Item pertama iaitu tujuan penggunaan WhatsApp, seramai 37 orang responden (94.9%) menjawab mereka menggunakan aplikasi IM WhatsApp untuk berhubung dengan rakan-rakan dan keluarga. Manakala pilihan jawapan kedua untuk tujuan mengetahui perihal akademik mencatat jumlah 56.4% iaitu seramai 22 orang responden. Kemudian diikuti oleh tujuan untuk mengetahui perihal aktiviti rakan-rakan (14, 35.9%). Baki lagi 6 orang responden (15.4%) menyatakan bahawa mereka menggunakan aplikasi IM WhatsApp hanyalah kerana ia adalah salah satu aplikasi telefon pintar. Ini disokong oleh Adam (2009), kebiasaannya, penutur menggunakan slanga untuk mewujudkan keserasian dengan orang yang bertutur bersama dengannya dan sifat slanga itu yang tidak formal memudahkan penutur untuk menyampaikan idea, meluahkan perasaan dan sebagainya.

Item yang kedua adalah kekerapan menggunakan aplikasi IM WhatsApp. Majoriti responden (30, 76.9%) menggunakan aplikasi WhatsApp melebihi 15 kali seminggu, iaitu sangat kerap. 6 orang responden (15.4%) kerap menggunakan WhatsApp iaitu di antara 11-15 kali seminggu. Manakala 2 orang responden (5.1%) menyatakan mereka

jarang menggunakan WhatsApp iaitu hanya 1-5 kali seminggu, diikuti oleh seorang responden sahaja (2.6%) kadang-kadang menggunakan WhatsApp untuk berinteraksi dengan orang lain.

Dapatan yang seterusnya menunjukkan kekerapan responden menggunakan slanga ketika berinteraksi menggunakan WhatsApp. Majoriti responden (13, 33.3%) memilih pilihan setiap masa untuk bahagian kekerapan menggunakan slanga ini. Kemudian disusuli oleh 12 orang responden (30.8%) menyatakan mereka kerap menggunakan slanga dalam WhatsApp. 11 orang responden (28.2%) pula jarang menggunakan slanga dalam WhatsApp. 2 orang (5.1%) dan seorang responden (2.6%) masing-masing menjawab sangat kerap dan tidak pernah menggunakan slanga dalam WhatsApp.

Item seterusnya adalah topik perbualan menggunakan slanga dalam WhatsApp. Bahagian ini adalah berbentuk soalan terbuka. Majoriti responden (17, 43.6%) menyatakan mereka menggunakan slanga secara rawak, tiada topik khusus. 9 orang responden (23.1%) menyatakan apabila mereka berbual tentang topik peribadi, mereka cenderung menggunakan slanga. 8 orang responden (20.5%) pula memilih topik kasual untuk menggunakan slanga. Diikuti oleh topik gosip yang menjadi jawapan 4 orang responden (10.3%). Kemudian 2 orang responden (5.1%) masing-masing menyatakan mereka menggunakan slanga apabila berinteraksi tentang topik cinta dan akademik.

Seterusnya adalah soalan tentang pengaruh slanga. Item pertama adalah pengaruh daripada rakan sebaya. Majoriti responden (20, 51.3%) menyatakan pengaruh slanga banyak daripada rakan sebaya. Manakala 15 (38.3%) responden menyatakan pengaruh slanga daripada rakan sebaya di tahap sederhana. Baki lagi 4 (10.3%) orang responden menyatakan pengaruh slanga daripada rakan sebaya hanya sedikit sahaja.

Item kedua di bawah pengaruh slanga adalah pengaruh daripada saudara kandung. 21 orang responden (53.8%) menyatakan pengaruh slanga daripada saudara kandung adalah di tahap sederhana. 33.3% (13) responden menyatakan pengaruh tersebut di tahap sedikit sahaja. Diikuti oleh 5 orang responden (12.8%) yang berpendapat bahawa pengaruh slanga daripada saudara kandung adalah banyak.

Pengaruh slanga yang ketiga adalah daripada ibu bapa. Majoriti (27, 69.2%) menjawab pengaruh slanga daripada ibu bapa adalah sedikit. Manakala 11 orang responden (28.2%) berpendapat bahawa pengaruh slanga daripada ibu bapa adalah di tahap sederhana. Seorang responden (2.6%) menyatakan bahawa pengaruh slanga daripada ibu bapa adalah banyak.

Pengaruh slanga daripada media cetak seperti majalah, novel, komik dan sebagainya menunjukkan bahawa 21 orang responden (53.8%) bersetuju menyatakan tahap pengaruhnya adalah sederhana. 25.6% responden (10) berpendapat bahawa pengaruh slanga daripada media cetak adalah banyak. Hanya 8 orang ataupun 20.5% menyatakan pengaruh slanga dalam WhatsApp adalah sedikit.

Item seterusnya di bawah pengaruh slanga adalah media elektronik. Media elektronik adalah seperti radio dan televisyen, menunjukkan 21 orang responden (53.8%) menyatakan pengaruh slanga daripada elektronik adalah di tahap sederhana. Hanya 10 (25.6%) dan 8 orang responden (20.5%) menyatakan pengaruh slanga daripada elektronik adalah banyak dan sedikit.

Seterusnya adalah pengaruh slanga daripada internet. 19 orang responden (48.7%) berpendapat bahawa pengaruh slanga daripada internet adalah banyak. 16 orang responden (41%) pula berpendapat bahawa pengaruh internet adalah sederhana. Manakala 4 orang responden (10.3%) menyatakan bahawa pengaruh slanga daripada internet adalah sedikit sahaja.

Bagi item lain-lain untuk pengaruh slanga, jawapan yang diberikan oleh responden adalah pengaruh daripada permainan video, pengaruh daripada laman web seperti *imgur* dan *9gag*, dan juga ada responden yang menyatakan mereka mencipta slanga itu sendiri.

Seterusnya, kekerapan responden menggunakan slanga dalam WhatsApp berikutan beberapa situasi. Situasi pertama adalah penggunaan slanga ketika berinteraksi dalam WhatsApp bersama dengan saudara kandung. 15 orang responden (38.5%) menjawab mereka jarang menggunakan slanga ketika berinteraksi bersama saudara kandung menerusi WhatsApp. 12 orang responden (30.8%) pula menyatakan mereka kerap menggunakan slanga bersama saudara kandung mereka. Diikuti oleh 6 orang responden (15.4%) menjawab mereka tidak pernah menggunakan slanga ketika berinteraksi bersama saudara kandung, manakala baki 6 orang responden (15.4%) pula menyatakan mereka menggunakan slanga setiap masa ketika berinteraksi dalam WhatsApp bersama saudara kandung mereka.

Situasi kedua adalah kekerapan responden menggunakan slanga ketika berinteraksi menerusi WhatsApp bersama dengan remaja lain. Majoriti iaitu seramai 16 orang responden (41%) menjawab mereka kerap menggunakan slanga dalam WhatsApp semasa berbual bersama remaja lain. 11 orang responden (28.2%) pula menyatakan mereka jarang menggunakan slanga bersama remaja lain. Manakala 17.9% responden (7 orang) menjawab setiap masa mereka menggunakan slanga ketika berinteraksi bersama remaja lain dalam WhatsApp. Selebihnya (5, 12.8%) menyatakan mereka tidak pernah menggunakan slanga bersama remaja lain.

Situasi ketiga adalah penggunaan slanga dalam WhatsApp bersama dengan orang dewasa termasuk ibubapa. 41% responden (16 orang) menjawab mereka jarang menggunakan slanga ketika berinteraksi bersama orang dewasa (termasuk ibubapa). Disusuli oleh 38.5% responden (15 orang) menyatakan mereka tidak pernah menggunakan slanga dalam situasi tersebut. Baki 6 orang (15.4%) dan 2 orang (5.1%) responden masing-masing menyatakan mereka kerap dan setiap masa menggunakan slanga ketika berinteraksi bersama orang dewasa menerusi WhatsApp.

Situasi keempat adalah penggunaan slanga ketika berinteraksi menggunakan WhatsApp bersama rakan sekolah, rakan-rakan atau rakan sebaya. Seramai 13 orang responden (33.3%) menjawab setiap masa dan kerap menggunakan slanga ketika berinteraksi bersama rakan sekolah, rakan-rakan atau rakan sebaya menerusi WhatsApp. Manakala 7 orang responden (17.9%) menjawab mereka jarang menggunakan slanga bersama rakan sekolah, rakan-rakan atau rakan sebaya. Selebihnya (6 orang, 15.4%) menjawab tidak pernah menggunakan slanga dalam situasi tersebut.

Situasi kelima adalah penggunaan slanga dengan orang yang tidak dikenali ketika berinteraksi dalam WhatsApp. Majoriti responden (26, 66.7%) menyatakan mereka tidak pernah menggunakan slanga ketika berinteraksi dengan orang yang tidak dikenali menerusi WhatsApp. 6 responden (15.4%) lagi masing-masing menjawab mereka jarang dan kerap menggunakan slanga ketika berinteraksi dengan orang yang tidak dikenali. Hanya seorang (2.6%) sahaja responden menyatakan dia menggunakan slanga dengan orang yang tidak dikenali setiap masa.

Situasi seterusnya adalah penggunaan slanga ketika berinteraksi menerusi WhatsApp hanya dengan rakan-rakan sebaya perempuan sahaja. 38.5% responden (15 orang) menjawab mereka kerap menggunakan slanga ketika berinteraksi bersama rakan sebaya perempuan sahaja menerusi WhatsApp. 9 responden (23.1%) pula menyatakan mereka menggunakan slanga setiap masa ketika berinteraksi dengan rakan sebaya perempuan. Manakala 8 orang responden (20.5%) jarang menggunakan slanga untuk

situasi tersebut. Diikuti pula oleh 7 orang responden (17.9%) menyatakan mereka langsung tidak pernah menggunakan slanga ketika berinteraksi menerusi WhatsApp bersama rakan sebaya perempuan.

Situasi ketujuh adalah penggunaan slanga hanya ketika berinteraksi dalam WhatsApp bersama rakan sebaya lelaki. 12 orang responden masing-masing (30.8%) menyatakan mereka kerap dan jarang menggunakan slanga dalam WhatsApp ketika berinteraksi bersama rakan sebaya lelaki. 9 orang responden (23.1%) pula menyatakan mereka tidak pernah menggunakan slanga bersama rakan sebaya lelaki. Manakala 6 orang responden (15.4%) menjawab mereka menggunakan slanga setiap masa ketika berinteraksi menggunakan WhatsApp bersama rakan sebaya lelaki.

Situasi kelapan adalah penggunaan slanga ketika berinteraksi bersama lelaki dan perempuan yang punya persamaan menerusi WhatsApp. 33.3% responden (13) menyatakan mereka kerap menggunakan slanga untuk situasi tersebut. 30.8% responden (12) menyatakan mereka jarang menggunakan slanga ketika berinteraksi dalam WhatsApp bersama lelaki dan perempuan yang mempunyai persamaan dengan mereka. 20.5% responden (8) sependapat menyatakan mereka tidak pernah menggunakan slanga untuk tujuan tersebut. Manakala 15.4% responden (6) menjawab mereka menggunakan slanga setiap masa ketika berinteraksi bersama lelaki dan perempuan yang mempunyai persamaan dengan mereka.

Situasi terakhir adalah penggunaan slanga dalam WhatsApp ketika berinteraksi bersama pensyarah ataupun ketika situasi formal. Majoriti responden (25, 64.1%) sependapat menyatakan mereka tidak pernah menggunakan slanga ketika berinteraksi untuk situasi formal ataupun ketika berinteraksi dalam WhatsApp bersama pensyarah mereka. 12 orang responden (30.8%) pula menyatakan mereka jarang menggunakan slanga ketika berinteraksi bersama pensyarah mereka. Hanya 2 orang responden (5.1%) menjawab mereka kerap menggunakan slanga untuk situasi yang sama. Ini disokong oleh pernyataan daripada Eble (1996), Andersson and Trudgill (1990) bahawa slanga kebiasaannya digunakan ketika situasi tidak formal. Ini bermaksud ketidaksesuaian dan kepelikan menggunakan slanga dalam konteks formal.

Jadual 2: Faktor Motivasi Penggunaan Slanga dalam WhatsApp.

Perkara	Bilangan	Peratus (%)
Ingin cepat	27	69.2
Mudah digunakan berbanding Bahasa Inggeris Standard	25	64.1
Suka-suka	22	56.4
Rakan-rakan turut menggunakan slanga	16	41
Perkataan gantian	16	41
Humor	16	41
Kreatif dan inovatif	12	30.8
Berahsia supaya orang lain tidak tahu	10	25.6
Gaya terkini	7	17.9
Untuk menunjukkan saya milik satu kumpulan	4	10.3

Faktor motivasi responden menggunakan slanga dalam WhatsApp dapat dilihat di jadual 2 di atas. Majoriti responden (27 orang, 69.2%) memberikan jawapan ingin cepat sebagai alasan untuk menggunakan slanga apabila berkomunikasi menggunakan whatsapp. Dapatan ini dibuktikan oleh Betty (2008) bahawa alasan utama para pelajar menggunakan akronim dan perkataan ringkas adalah kerana ia 'pantas'.

Kemudian diikuti oleh jawapannya mudah digunakan berbanding Bahasa Inggeris standard iaitu seramai 25 orang (64.1%). 56.4% responden iaitu seramai 22 orang memilih alasan suka-suka bagi menjawab faktor motivasi mereka menggunakan slanga dalam WhatsApp.

Faktor rakan-rakan turut menggunakan slanga, perkataan gantian, dan humor mencatatkan bilangan responden seramai 16 orang (41%). Ini dibuktikan oleh pernyataan daripada Bailey (1985) dan Magdeline (2006) iaitu slanga digunakan berkemungkinan untuk kesan humor dan mewujudkan interaksi sosial dimana satu-satu kumpulan menggunakan sesetengah perkataan untuk tujuan tertentu seperti pertemuan dan perpisahan. Kemudian diikuti oleh alasan untuk menjadi kreatif dan inovatif seramai 12 responden, iaitu 30.8%.

Terdapat juga responden (10 orang, 25.6%) yang memberikan alasan mereka menggunakan slanga kerana ingin berahsia supaya orang lain tidak tahu apa yang mereka perkatakan. Ini disokong oleh pernyataan daripada Halliday (1978) iaitu slanga adalah 'antibahasa' yang membawa maksud satu kod (kebiasaannya rahsia) yang difahami oleh golongan tertentu. Antibahasa diperincikan ciri-cirinya sebagai rahsia, perkataan tidak rasmi, resosialisasi dan bahasa antimasyarakat (Magdeline, 2006). Faktor motivasi kelapan dan kesembilan adalah gaya terkini dan menunjukkan mereka milik satu kumpulan iaitu sebanyak 17.9% dan 10.3%. Pernyataan daripada Eble (1996) iaitu persepsi lain tentang slanga adalah ia adalah satu tindakan penunjuk-identiti menyokong dapatan ini. Selain daripada slanga dilihat sebagai satu trend fesyen atau gaya, ia juga dilihat sebagai satu penunjuk-identiti sesebuah kumpulan daripada kumpulan-kumpulan lain (Eckert, 2000).

KESIMPULAN

Tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk mengenalpasti faktor motivasi dan corak penggunaan slanga di kalangan remaja. Dapatan yang diperoleh daripada kajian ini boleh memberi peluang kepada penyelidik-penyelidik lain untuk menjalankan kajian yang serupa pada masa akan datang.

Secara keseluruhannya, daripada hasil dapatan, para responden iaitu pelajar Ijazah Sarjana Muda Komunikasi Massa (Perhubungan Awam) ini, sudah biasa dan selalu menggunakan *Instant Messaging* (IM) WhatsApp untuk berinteraksi dengan rakan-rakan, keluarga, dan saudara mereka. Malah mereka juga biasa menggunakan slanga dalam interaksi menggunakan WhatsApp.

Penggunaan slanga dalam interaksi menerusi WhatsApp dilihat sebagai satu perkara biasa atau normal bagi situasi seperti berinteraksi bersama rakan-rakan, rakan sebaya, rakan sekolah, rakan yang mempunyai persamaan, rakan sejawatan mahupun bersama saudara kandung. Tetapi, ia agak kurang sesuai untuk digunakan apabila berinteraksi bersama orang yang lebih dewasa atau lebih tua dan juga ketika berinteraksi bersama orang yang tidak dikenali. Namun ada juga responden yang percaya bahawa slanga ini sesuai digunakan ketika berinteraksi bersama ibu bapa atau pensyarah.

LIMITASI DAN CADANGAN

Kajian ini mempunyai beberapa limitasi yang mungkin memerlukan kajian lanjutan. Sampel responden yang digunakan terhad kepada satu kumpulan sahaja dan juga wakil responden lelaki sangat sedikit.

Di masa akan datang, penyelidik berharap limitasi yang ada dapat diselesaikan dengan menjalankan kajian terhadap pelajar Diploma Komunikasi Media di institusi yang sama. Ini kerana jumlah pelajar diploma adalah lebih besar dan ramai berbanding pelajar ijazah. Kajian yang telah dijalankan ini boleh dijadikan sebagai garis panduan atau rujukan untuk kajian akan datang.

RUJUKAN

- Adams, Michael (2009). *Slang – The People’s Poetry*. Indianapolis, Indiana: Oxford Press.
- Akmajian, A., Demers, R.A., Farmer, A. & Harnish, R. (2001). *Linguistics* (5thed). Cambridge, MA: MIT Press.
- Andersson, L.G. and Trudgill, P. 1990. *Bad Language*. Oxford: Basil Blackwell.
- Androutsopoulos, S. (2005). Born in the USA: The Global Spread of American Slang. “Do You Speak American?” companion Web Site. Retrieved November 15, 2015, from <http://www.pbs.org/speak/words/sezwho/slang/>
- Asher, R.E. 1994. *The Encyclopedia of Language and Linguistics*. Vol. 7. Oxford: Pergamon Press.
- Bailey, R. 1985, ‘South African English Slang: Form, Function and Origins’. *South African Journal of Linguistics*, 3, 1:1-42.
- Betty, A.K. 2008. ‘A Comparison of Student Use and Understanding of Text Messaging Shorthand at Two Universities’. *Issue in Information Systems*, 2, 412-420.
- Eble, C. 1996. *Slang and Sociability: In-group Language among College Students*. Chapel Hill: University of North Carolina
- Eckert, P. 2000. *Linguistic Variation: Social Practice*. USA: Blackwell Publishers.
- Halliday, M.A.K. 1978. *Language as Social Semiotic: The Social Interpretation of Language and Meaning*. London: Edward Arnold Publishers.
- Krassimira, D.C. 2007. A Language Without Borders: English Slang and Bulgarian Learners of English. *Language Learning*, 57:3, 369-416.
- Lenhart, Amanda, and Oliver Lewis. Teenage Life Online: The Rise of the Instant-Message Generation and the Internet’s Impact on Friendships and Family Relationships. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project, 2001.
- Magdeline, P.B. 2006. *The Use of Slang Among Black Youth in Gauteng*. Unpublished Dissertation. University of Johannesburg.
- Munro, P. 1997. *UCLA Slang 3*. USA: Blackwell Publishing.
- Thurairaj, S., Hoon, E.P., Roy, S.S. and Fong, P.W. 2014. *English Language Usage in SNS and Mobile Phones: A Bane or Boon?* 545-554.
- Varnhagen, C.K., McFall, G.P., Routledge, L., Sumida, H., Pugh, N., Kwong, T.E. 2009. Lol: New Language and Spelling in Instant Messaging. *Springer Science+Business Media B.V.*, 23: 719-733.

Werry, C.C. (1996). *Linguistic and Interactional Features of Internet Relay Chat*. Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing.