

Penggunaan Bahasa Slanga di Media Sosial Dalam Kalangan Pencipta Kandungan

Munirah Zulkifli dan Ira Meilita Ibrahim

Fakulti Industri Kreatif, Universiti Tunku Abdul Rahman, Kampus Sungai Long
mazlinaahmad@hufs.ac.kr; meilita@utar.edu.my

ABSTRAK

Dalam situasi kini, media sosial mempunyai pengikut yang besar, sama ada dalam negara atau luar negara. Media sosial banyak memudahkan penyampaian maklumat. Situasi tersebut dilihat dari segi kesan yang positif. Namun, situasi penggunaan media sosial tanpa kawalan, boleh mendatangkan pelbagai kesan buruk kepada masyarakat apatah lagi dalam penggunaan bahasanya. Begitu juga maklumat yang tidak sahih atau tidak benar boleh menjadi salah faham kepada penggunaannya dan juga berupaya memecahbelahkan masyarakatnya. Selain itu, bahasa slang sudah lama digunakan oleh masyarakat sejak dulu lagi, malah penggunaannya berleluasa ketika menggunakan sistem pesanan ringkas (SMS) sehingga penggunaan media sosial. Penggunaan bahasa slang juga berubah-ubah mengikut zaman. Ketika zaman 90-an, bahasa slang seperti perkataan *awek*, *cun*, *usha* dan sebagainya dalam komunikasi pertuturan sering digunakan oleh golongan remaja pada awalnya dan terus diguna pakai oleh masyarakat secara umumnya tanpa mengira peringkat umur. Bagi mengetahui tentang hal ini dengan lebih terperinci, kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti bahasa slang di media sosial dalam kalangan pencipta kandungan. Tujuan kedua pula untuk mengkaji kesan penggunaan bahasa slang kepada masyarakat Malaysia. Kaedah kajian pula dengan menggunakan kaedah pemerhatian dan pengumpulan data secara kualitatif. Oleh itu, kebimbangan penggunaan bahasa slang yang tidak terkawal, kurang teratur dan tidak sopan terutamanya dalam media sosial akan merendahkan nilai bahasa Melayu itu sendiri. Hal ini jika tidak ditangani bakal menimbulkan kekeliruan sehingga boleh menjejaskan generasi akan datang dan paling menyedihkan, hal ini bukan hanya melibatkan golongan muda, bahkan yang berusia. Adab dan tamadun sesuatu bangsa amat berkaitan dengan corak bahasa yang digunakan oleh masyarakatnya.

Kata kunci: Bahasa Slang, media sosial, pencipta kandungan

PENDAHULUAN

Komunikasi dua hala sama ada pertuturan secara rasmi atau tidak rasmi menggunakan bahasa kebangsaan merupakan fitrah dalam kehidupan. Penggunaan bahasa percakapan sudah berubah komunikasinya dengan kaedah menggunakan media sosial. Walhal sebelum wujudnya media sosial, manusia secara umum berkomunikasi dua hala hanya percakapan atau pertuturan secara fizikal sahaja. Kini, komunikasi itu berubah lebih bersifat visual iaitu menghasilkan video sebagai medium penyampaian yang lebih tertarik kepada pendengar. Antaranya penggunaan media sosial seperti Tiktok, Youtube, Instagram dan sebagainya. Rata-rata masyarakat sudah gemar menghasilkan kandungan di media sosial untuk menyampaikan sesuatu perkara. Penggunaan bahasa yang tidak formal juga sudah mula berleluasa penggunaannya di media sosial terutamanya bahasa Slang. Hal ini sejajar dengan pendapat Norfarahdila dan Sa'adiah (2018) menyatakan bahawa bahasa dapat berupaya menyalurkan dan menukarkan maklumat sama ada disampaikan dalam bentuk lisan ataupun tulisan menjurus kepada aspek gagasan, perasaan, pemikiran dan persepsi penutur dengan tahap umur, aspek kognitif, kelompok usia, aspirasi, tujuan, latar belakang interaksi dan situasi sosial.

Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat (2007), Slang membawa maksud sebagai kata-kata yang tidak tergolong dalam bahasa baku (biasa digunakan dalam percakapan tidak rasmi). Manakala Kamus Bahasa Melayu Nusantara (2003) pula menakrifkan slang sebagai ragam bahasa tidak rasmi dan tidak baku yang sifatnya tidak tetap atau bermusim, biasanya digunakan oleh kaum remaja atau kelompok sosial tertentu untuk berkomunikasi dalam kelompok itu sendiri. Manakala menurut Aswin (dalam Rury & Andik, 2021), bahasa slang adalah bahasa gaul atau bahasa tidak rasmi yang banyak digunakan oleh remaja atau kelompok sosial tertentu dalam kehidupan sehari-hari. Bahasa slang umumnya hanya difahami oleh anggota kelompok sosial tertentu kerana bersifat khusus dan rahsia. Menurut beliau tujuan penggunaan bahasa slang ini adalah untuk menghindari orang atau kelompok lain mengetahui apa yang sedang dibicarakan. Oleh itu, berdasarkan takrifan yang diberikan jelaslah bahawa bahasa Slang ini merupakan variasi bahasa yang tidak formal penggunaannya kepada golongan tertentu untuk tujuan tertentu dan rahsia terutama dalam kalangan remaja. Tambahan lagi, dalam Kridalaksana (2011) turut menyebut bahasa slang adalah bahasa tidak rasmi yang digunakan oleh remaja atau kelompok sosial tertentu dalam berkomunikasi. Variasi bahasa slang bersifat internal dan cenderung berubah-ubah atau sementara, sehingga sering terjadi perubahan dalam penggunaan bahasa, sesuai dengan perkembangan zaman.

Tetapi dalam konteks media sosial, bahasa Slang ini lebih bersifat penggunaannya bukan sahaja remaja tetapi sudah berleluasa dalam kalangan belia untuk menghasilkan kandungan sesuatu perkara. Menurut Mary Fatimah Subet dan Muhammad Zaid Daud (2016), bahasa slang digunakan sebagai suatu bentuk hiburan, bertujuan mewujudkan perbualan yang lebih mesra, bertujuan meringkaskan sesuatu perkataan tanpa mengubah makna asal perkataan, supaya pertuturan lebih difahami, dapat mengeratkan hubungan sosial, dan digunakan sebagai kod rahsia dalam komuniti dan untuk konteks. Media sosial muncul dan digunakan secara meluas oleh jutaan orang di seluruh dunia disebabkan oleh internet (Zulkifli dan Tengku Mahadi (2020). Komputer sebagai medium perantaraan untuk berkomunikasi (*computer-mediated-communication*) ini telah menyebabkan perubahan yang signifikan terhadap sifat bahasa bertulis. Hal ini ditekankan oleh Gee dan Hayes (dalam Zulkifli dan Tengku Mahadi (2020)) yang berpendapat bahawa media digital adalah sebuah hibrid menarik dari sifat bahasa lisan dan bertulis. Media sosial dianggap sebagai platform komunikasi informal dengan penggunaan bahasa slang yang luas.

Namun, situasi penggunaan media sosial tanpa kawalan, boleh mendatangkan pelbagai kesan buruk kepada masyarakat apatah lagi dalam penggunaan bahasanya. Begitu juga maklumat yang tidak sahih atau tidak benar boleh menjadi salah faham kepada penggunaannya dan juga berupaya memecahbelahkan masyarakatnya. Selain itu, bahasa slang sudah lama digunakan oleh masyarakat sejak dulu lagi, malah penggunaannya berleluasa ketika menggunakan sistem pesanan ringkas (SMS) sehingga penggunaan media sosial. Penggunaan bahasa slang juga berubah-ubah mengikut zaman. Ketika zaman 90-an, bahasa slang seperti perkataan awek, cun, usha dan sebagainya dalam komunikasi pertuturan sering digunakan oleh golongan remaja pada awalnya dan terus diguna pakai oleh masyarakat secara umumnya tanpa mengira peringkat umur. Hal ini sejajar dengan pengkajian Harishon Radzi dan Tengku Fariqul Haq (2016) menjelaskan penggunaan bahasa slang yang digunakan oleh masyarakat telah berkembang sejak abad ke-19 lagi yang berfungsi untuk merahsiakan perbualan dalam kalangan komuniti yang tertentu.

Dalam era global yang pantas ini, pastinya golongan remaja atau belia berlumba-lumba untuk menjadi pencipta kandungan (*content creator*). Lantaran itu, makin berkembanglah penggunaan bahasa slang dalam kalangan pencipta kandungan. Hal ini disebabkan mudah untuk berinteraksi dengan pengikut yang ramai secara terbuka di media sosial. Pencipta kandungan (*content creator*) adalah individu atau kelompok yang secara aktif menciptakan dan menghasilkan berbagai jenis kandungan (*content*) di platform digital, seperti media sosial, blog, vlog, podcast, situs web, atau platform lainnya. Kandungan yang mereka ciptakan berbentuk teks, e-buku,

gambar, audio, video, atau kombinasi dari beberapa media tersebut (NFI.edu). Tambahan lagi, dalam lingkungan digital yang semakin berkembang pesat, pencipta kandungan menjadi sumber informasi, hiburan, dan inspirasi bagi banyak orang di seluruh dunia. Banyak di antara mereka juga berfungsi sebagai pempengaruh (*influencer*) atau tokoh publik yang memiliki pengaruh besar terhadap pendapat, trend, dan perilaku pengguna lainnya. Pencipta kandungan sering berinteraksi dengan audiens mereka melalui komentar, pesan, dan berbagai bentuk interaksi lainnya. Arturo dan Francisco Ibáñez (2020) menyatakan bahawa istilah "pencipta kandungan" telah muncul sebagai satu istilah yang digunakan secara meluas untuk menggambarkan para pengeluar budaya yang menggunakan teknologi digital dan mencipta serta menyebarkan kandungan di platform media sosial, yang didorong oleh semangat keusahawanan dan keinginan untuk membentuk "jenama media" mereka sendiri. Menurut mereka lagi para pengeluar budaya ini pada hakikatnya beroperasi secara khas, seperti yang ditunjukkan melalui usaha mereka untuk mewujudkan "jenama diri yang khusus untuk platform." (Lihat juga dalam Scolere et al. (2018))

Walaubagaimanapun, penting untuk diingat bahwa setiap pencipta kandungan memiliki tanggung jawab etika dalam menghasilkan kandungan, termasuk menghormati hak cipta, menyediakan informasi yang betul dan benar, serta mematuhi pedoman dan aturan platform digital yang mereka gunakan. Maka, kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti bahasa slanga di media sosial dalam kalangan pencipta kandungan. Seterusnya tujuan kedua pula untuk mengkaji kesan penggunaan bahasa slanga kepada masyarakat Malaysia.

SOROTAN LITERATUR

Noor Fazerra, Nuratikah dan Nur Farahkhanna (2022) dalam kajian yang bertajuk Penggunaan Bahasa Slanga dalam Akaun *Twitter* "*Brgsjks*", menganalisis perkataan-perkataan slanga serta makna yang digunakan oleh pengguna dan pengikut akaun *Twitter* "*brgsjks*" bagi mengetengahkan budaya berbahasa dalam media sosial khususnya akaun *Twitter*. Kajian tersebut berfokus kepada golongan remaja yang menggunakan bahasa slanga akaun *twitter* tersebut serta penggunaan bahasa slanga dalam konteks penulisan.

Kajian Rury Margiyanti, Andik Yuliyanto (2021) pula melihat pada bentuk, makna, dan fungsi bahasa slang dalam *caption* media sosial *Instagram* @*moodrekeh.id*. Bahasa slang yang ditemukan dalam penelitian kajian ini berupa kata dasar, kata turunan, kata akronim, kata singkatan, dan kata pengandaan. Makna kata yang ditemukan berupa makna denotasi dan makna konotasi. Adapun data dalam penelitian ini adalah data bertulis yang berupa *caption* daripada foto atau video yang dimuat naik daripada akaun *instagram* @*moodrekeh.id* yang berkaitan dengan rumusan masalah yaitu bentuk, makna, dan fungsi slang.

Seterusnya kajian Norfarahdila Jamali & Sa'adiah Ma'alip (2018) yang melihat kepada penggunaan bahasa slanga dalam kalangan remaja Felda. Hasil kajiannya menunjukkan remaja felda setuju (45.7 peratus) dan sangat setuju (34.3 peratus) bahawa mereka kerap menggunakan bahasa slanga dalam media sosial seperti *WhatsApp*, *Messenger*, *Instagram* dan *WeChat*. Dapatan kajian tersebut juga menunjukkan bahawa golongan remaja merupakan golongan yang paling dominan dalam menggunakan bahasa slanga dan penggunaan bahasa slanga dalam kalangan remaja menjadi *trend* masa kini. Selain daripada itu ia berfokus kepada penggunaan bahasa slanga secara lisan.

Kajian yang dibuat oleh Zulkifli dan Tengku Mahadi (2020) yang bertajuk *Slangs on Social Media: Variations among Malay Language Users on Twitter* pula mengkaji variasi bahasa slang yang digunakan oleh pengguna bahasa Melayu Malaysia dalam komunikasi dalam talian iaitu *Twitter*. Kajian ini mendapati bahawa bahasa yang digunakan oleh pengguna *Twitter* telah mengubah sifat bahasa Melayu bertulis. Beberapa transformasi tersebut menyerupai percakapan harian yang ditulis, manakala beberapa transformasi lain didapati bersifat berlebihan.

Eka Rizky, Indriani, Ai Sri dan Dian (2021) mendapati bahawa penggunaan bahasa slang di media sosial dapat mempengaruhi mereka yang sedang belajar bahasa, terutamanya orang yang belum mengenal bahasa slang seperti kanak-kanak yang baru memulakan alam persekolahan. Akibatnya, mereka sering menggunakan bahasa slang daripada bahasa formal atau makna yang sebenarnya, tanpa menyedari erti sebenarnya kata-kata yang mereka ucapkan. Daripada penelitian kajian tersebut, mereka mendapati kurangnya kesedaran tentang bahasa Indonesia yang sebenarnya dapat menyebabkan hilangnya penggunaan bahasa Indonesia oleh masyarakat kerana penggunaan bahasa slang yang berleluasa. Selain itu, didapati juga banyak orang dewasa yang sering menggunakan kata-kata atau bahasa slang tanpa mengetahui maknanya, bahkan seringkali mereka keliru menafsirkan makna kata-kata yang digunakan. Keadaan ini juga dilihat berlaku dalam konteks bahasa Melayu Malaysia. Oleh itu kajian ini turut mengkaji kesan bahasa slang ke atas penggunaan bahasa kebangsaan rasmi.

Tambahan itu, daripada penelitian Nasihah, Noor Aida, Ainal dan Maizatul (2016) menyatakan bahawa penggunaan bahasa slang perlu dipantau agar tidak merebak dalam bentuk tulisan bahkan untuk tujuan urusan rasmi. Hal ini penting bagi mengelak kesantunan, kesopanan dan kemurnian dalam bahasa Melayu terjejas disebabkan oleh penggunaan bahasa slang tersebut. Selain daripada itu kajian ini turut mendapati bahawa penggunaan bahasa slang juga wujud dalam kalangan kanak-kanak.

Akhir sekali, kajian Norshahira dan Nur Nabilah (2021), yang mengkaji pelbagai jenis bahasa slang yang terdapat dalam *caption* video TikTok dan tweet Twitter dan membahagikannya kepada dua kategori iaitu slang primer dan slang sekunder.

Daripada kajian-kajian yang disebutkan hampir kesemuanya mengkaji dan menganalisa tentang jenis bahasa slang di media sosial seperti Twitter dan Instagram, serta berfokus kepada penulisan atau *caption* dalam konteks Malaysia. Kajian ini walaupun turut menentengahkan jenis perkataan slang seperti kajian terdahulu, namun kajian ini memberi penekanan kepada bahasa slang yang digunakan oleh pencipta kandungan (*content creator*) terutamanya melalui video YouTube dan TikTok. Ia melihat kepada penggunaan bahasa slang dalam percakapan pencipta kandungan tersebut. Dalam masa yang sama kajian ini juga mengkaji kesan bahasa slang terhadap bahasa Melayu, bahasa kebangsaan Malaysia dalam kalangan masyarakat Malaysia.

METODOLOGI

Metodologi kajian adalah pendekatan dan teknik yang digunakan dalam merancang, mengumpulkan, dan menganalisis data agar dapat menghasilkan bukti yang mendukung kajian tersebut. Metodologi menjelaskan cara menghadapi permasalahan yang sedang diteliti dan alasan mengapa kaedah dan teknik tertentu dipilih. Tujuan dari metodologi adalah untuk membantu memahami secara lebih mendalam dan terperinci tentang bagaimana kaedah diterapkan melalui penjelasan tentang proses kajian.

Kaedah kajian dalam kajian ini melibatkan penggunaan kaedah pemerhatian dan pengumpulan data secara kualitatif. Kajian kualitatif digunakan dengan tujuan untuk memberikan penjelasan secara deskriptif tentang penggunaan bahasa slang di media sosial, khususnya di kalangan pencipta kandungan, serta dampaknya terhadap pengguna bahasa. Penggunaan kaedah analisis kandungan juga dilaksanakan dalam proses pengumpulan data. Kaedah ini membolehkan penyelidik untuk mengkaji secara rinci kandungan-kandungan yang terdapat di media sosial, seperti *caption*, teks, atau kandungan lain yang berkaitan dengan penggunaan bahasa slang. Melalui kaedah ini, data-data yang relevan dan bermakna dapat dikenal pasti dan dianalisis untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang penggunaan bahasa slang dan dampaknya di media sosial.

Seterusnya, mendapatkan data melalui data primer dan data primer ialah data yang diperoleh secara terus daripada sumber utama, iaitu akaun *TikTok* dan *YouTube* mempengaruhi (*influencer*) atau pencipta kandungan yang dipilih. Pengkaji juga menggunakan data sekunder iaitu data yang bersumberkan buku, internet dan jurnal yang berkaitan dengan objektif kajian. Akaun *TikTok* mempengaruhi (*influencer*) ini mempunyai 1.2 juta pengikut (*followers*) manakala untuk mempengaruhi kedua di akaun *YouTube* mempunyai 1.6 juta pengikut (*subscribers*) dan juga pengkaji mengumpul data melalui beberapa pencipta kandungan yang lain secara rawak dalam meneliti penggunaan bahasa Slanga mereka di *TikTok* dan *YouTube*.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Bahasa Slanga di Media Sosial Dalam Kalangan Pencipta Kandungan

Bahagian ini merupakan data untuk dapatan kajian bagi mengenal pasti bahasa slang di media sosial dalam kalangan pencipta kandungan. Bahagian ini akan menyenaraikan perkataan-perkataan bahasa slang yang sering disebut oleh pencipta kandungan semasa membuat kandungan di media sosial.

Jadual 1 Bahasa slang yang digunakan oleh pencipta kandungan

Bahasa Slanga	Maksud Perkataan
Weh	menunjukkan kata ganti diri kedua-kamu/awak
Korang	menunjukkan kata ganti diri kedua-kamu orang
Terciduk	maksud seperti terkena sesuatu.
Terpaling	kata penguat yang berlebih-lebihan untuk perkataan 'paling'
Asal	maksud untuk kata tanya mengapa
member	merujuk kepada rakan-rakan atau kawan-kawan
sis	merujuk panggilan kepada kakak
bro	merujuk panggilan kepada abg
nyah	menunjukkan kata ganti diri kedua kamu/awak utk Slanga lelaki gender ketiga
nok	menunjukkan kata ganti diri kedua
amenda	merujuk kepada pertanyaan apa benda/apakah.
mat	merujuk kepada rakan lelaki atau kenalan lelaki
koyak	bermaksud tersinggung.
mantul	bermaksud mantap dan betul.
sapot	sokong
yup	ya
ce	cuba
cecita	cuba cerita
nau	benar
kelaut	tidak menjadi seperti yang diharapkan
lantak	terpulang/terserah

racun	merujuk menghasut atau mempengaruhi
Menda alah	panggilan untuk sesuatu barangan
terai	cuba
meletop	panas
retis	Merujuk sebutan untuk perkataan artis
bersemut	situasi yang manis
port	tempat lepak
giler	sangat
pishang	bosan
ngopi	Aktiviti melepak sambil minum kopi
roger	Beritahu, maklum
ons	Merujuk kepada setuju
guys	Merujuk kepada kamus semua

Jadual 1 di atas merupakan senarai bahasa slang yang digunakan oleh pencipta kandungan di media sosial, terutamanya melalui platform *Tiktok* dan juga *Youtube*. Berdasarkan dapatan kajian, memang banyak bahasa slang yang digunakan oleh pencipta kandungan kerana ingin menzahirkan suasana yang mesra bersama pengikut (*followers*) dalam penyampaian kandungan mereka. Kebanyakannya, pencipta kandungan ini lazimnya akan membuat kandungan yang bersifat ulasan sesuatu barangan atau produk, kandungan *videolog/vlog* tempat-tempat yang mereka lawati, dan tidak ketinggalan aktiviti makan secara kuantiti banyak (*mukbang*). Sepanjang menghasilkan kandungan di media sosial tersebut, pencipta kandungan menggunakan bahasa slang tersebut secara berleluasa dan kerap kerana penggunaan bahasa tersebut merupakan satu *trend* pada era media sosial kini. Lantas, kandungan yang menarik perhatian pengikut (*followers*) sebenarnya memang disebabkan penggunaan bahasa slang yang bervariasi fokus tujuannya dan perkataan tersebut mendukung makna tersendiri. Malah maksud perkataan bahasa slang itu juga tidak sama atau berubah daripada maksud asal.

Bahasa slang seperti *weh*, *korang*, *nyah*, *nok* dan *mat* merujuk kepada sistem panggilan kata ganti diri kedua kerana perkataan *weh*, *nok*, *nyah* itu merujuk kepada panggilan untuk kamu. Begitu juga perkataan *korang* yang merujuk kepada *kamu orang* atau menunjukkan ramai orang yang hendak dipanggil. Sistem panggilan itu untuk menunjukkan mudah dalam penggunaannya walaupun memanggil orang yang tidak dikenali. Tetapi ada juga pencipta kandungan suka menggunakan perkataan *nok* dan *nyah* apabila menghasilkan kandungan. Kedua-dua panggilan tersebut selalu digunakan merujuk kepada panggilan lelaki gender ketiga dan juga tidak kira siapa sahaja gemar menggunakannya kerana ingin menarik perhatian pengikut (*followers*) ketika membuat kandungan. Selain itu, terdapat juga sistem panggilan daripada Bahasa Inggeris yang sudah diubah suai seperti *sis*, *bro*, *guys*. Tidak ketinggalan perkataan *ons* dan *sapot* merupakan bahasa slang yang merujuk kepada maklum dan tanda sokongan. *Sis* merujuk kepada *sister* dan *bro* merujuk kepada *brother* (*kakak dan abang*) manakala panggilan *guys* merujuk kepada *awak semua*. Ada juga pencipta kandungan yang menyebut panggilan *mat* kepada pengikutnya untuk merujuk kepada panggilan pengikut gender lelaki. Begitu juga perkataan *member* merujuk kepada panggilan kawan apabila membuat kandungan yang berunsurkan cerita.

Terdapat bahasa slanga yang dicipta penggunaannya mengikut kreativiti dan situasi berbeza antaranya perkataan *terciduk* yang membawa maksud seperti terkena sesuatu. Kadang kala golongan remaja sahaja yang memahami perkataan *terciduk* ini. Ada juga kata slanga yang merujuk kepada kata penguat antaranya *terpaling*. Perkataan *terpaling* ini makin berleluasa penggunaannya oleh pencipta kandungan dan tersebar penggunaannya dalam komunikasi seharian masyarakat dalam pelbagai peringkat umur. Hakikatnya dalam nahu tatabahasa Melayu menjelaskan penggunaan kata penguat paling tidak tepat penggunaannya bersama imbuhan awalan ter-. Hal ini seolah-olah lewah dari segi penggunaan kata penguat. Perkataan *nau* (*benar*) dan *giler* (*sangat*) merujuk kepada kata penguat juga.

Jika dikaji dari aspek keadaan dan situasi untuk memudahkan pemahaman penyampaian kandungan, pencipta kandungan juga menggunakan perkataan yang kreatif penggunaannya seperti perkataan *pishang* merujuk kepada maksud *bosan*, *koyak* bermaksud perasaan tersinggung walhal koyak merujuk kepada kata kerja secara umumnya tetapi berubah maksud dan menjadi kata adjektif. Dalam kalangan pencipta kandungan juga mereka sering menggunakan perkataan *mantul* yang bermaksud mantap dan betul apabila menghasilkan sesuatu kandungan yang berunsurkan cabaran (*challenge*). Ada bahasa slanga dipengaruhi oleh bahasa dialek, antaranya perkataan *ce*, *cecita*. Merujuk kepada *cuba* dan *cuba cerita*. Perkataan *ce* sebenarnya berasal dari dialek negeri Perak. Contoh ayat seperti *ce kome kabo, tempat tinggalnya di mana?* maksudnya, cuba kamu beritahu tempat tinggalnya di mana.

Kandungan yang berunsurkan tempat-tempat makan atau pengembaraan, pencipta kandungan akan menggunakan bahasa slanga *kelaut*, *terai*, *port* dan *ngopi*. *Kelaut* membawa maksud tidak seperti yang diharapkan. Perkataan *terai* (*cuba*), *port* pula merujuk kepada tempat melepak dan *ngopi* merujuk kepada aktiviti melepak sambil minum kopi. Ada juga menggunakan perkataan *racun* dalam menjual produk di media sosial yang membawa maksud *menghasut* atau *mempengaruhi* iaitu menghasut pengikut untuk membeli barang-barang tertentu dan barang disebut *menda alah* untuk penggilan kepada sesuatu barang. Tidak ketinggalan ada bahasa slanga digunakan dalam penggunaan pertanyaan. Perkataan *asal* (*mengapa*) dan *amende* maksudnya apa benda. Bahasa slanga seperti *lantak* dan *roger* sering digunakan oleh pencipta kandungan yang menghasilkan kandungan berbentuk penceritaan dalam dialog yang digunakan. *Lantak* membawa maksud terserah atau terpulang manakala *roger* pula membawa maksud memberitahu atau maklum sesuatu perkara.

Walaupun dilihat banyak penggunaan bahasa slanga yang digunakan pencipta kandungan, tetapi pencipta kandungan yang terkenal dan mempunyai pengikut yang ramai masih menggunakan bahasa Melayu dengan yang baik dan terkawal penggunaan bahasa slanganya. Menurut Awang Sariyan (2021), walaupun tidak dapat diharapkan bahasa yang sempurna dalam media sosial, terutama yang berbentuk bahasa percakapan, namun perlu dihindari kesalahan asas yang mencacatkan martabat bahasa Melayu sebagai bahasa tamadun.

Kesan Penggunaan Bahasa Slanga Kepada Masyarakat

Pada dasarnya, penggunaan bahasa slanga memberikan kesan negatif terhadap bahasa Melayu itu sendiri. Tambahan pula, keaslian dan ciri konvensional bahasa Melayu boleh terjejas dalam penggunaan bahasa slanga yang tidak terkawal. Menurut Noor Fazerra, Nuratikah dan Nur Farah (2022) menyatakan bahawa bahasa slanga dihasilkan melalui gabungan perkataan daripada dua bahasa, atau melalui kependekan daripada sesuatu perkataan. Selain itu, ragam bahasa tidak tepat dari segi nahu dan tidak mempunyai makna yang gramatis. Masalah percampuran bahasa dan penghasilan bahasa yang tidak tepat akan berlaku jika bahasa slanga digunakan secara tidak terkawal. Hal ini akan memberi kesan kepada masyarakat dalam kaedah penulisan secara umumnya kerana penggunaan bahasa yang tidak tepat dan betul terutamanya kepada pelajar sekolah apabila mereka menulis dalam konteks penulisan bahasa Melayu. Selain itu, kesannya

juga akan menyebabkan masyarakat akan kerap melakukan kesalahan berbahasa dalam konteks penulisan juga.

Jika dilihat dari sudut yang lain, kesan bahasa slang ini akan menyebabkan penambahan kosa kata dalam sesuatu bahasa. Contohnya perkataan *pishang* dan *koyak* yang memberi maksud yang berbeza dalam bahasa slang berbanding maksud sebenar bagi perkataan *koyak*. Contoh lain perkataan *ons* bermaksud setuju dalam sesuatu perkara atau hal. Namun, perlu difahami bahawa kosa kata tersebut tidak mempunyai ciri yang gramatis kerana kosa kata tersebut merupakan hasil gabungan perkataan daripada bahasa Inggeris dengan bahasa Melayu, atau merupakan kependekan atau singkatan daripada perkataan asal yang gramatis (Noor Fazerra et.al, 2022). Dari sudut lain pula, pendapat Minah Sintian (2017) menyatakan bahawa penggunaan kosa kata ini hanya difahami oleh kumpulan tertentu sahaja dengan tujuan sebagai humor ketika berinteraksi dan untuk membentuk hubungan baik antara satu sama lain.

Kesan seterusnya dalam penggunaan bahasa slang ini ialah generasi muda akan menganggap bahasa slang ini merupakan penggunaan bahasa yang betul kerana ramai yang menggunakannya. Tambahan pula bahasa itu digunakan di media sosial dalam kalangan pencipta kandungan dan akan menyebabkan generasi muda mudah terpengaruh dengan bahasa yang digunakan. Penggunaan media sosial tidak salah dan tiada ada masalah, tetapi penggunaan bahasa Melayu perlulah berhemah dan menggunakan bahasa dengan betul di platform tersebut apatah lagi melibatkan pencipta kandungan. Menurut Awang Sariyan (2021), beliau menyatakan bahawa jika bahasa slang tidak dikawal, lama-kelamaan masyarakat menjadi permisif dan kononnya liberal, walhal menuju ke arah kehancuran adab, akhlak dan tamadun. Selain itu Awang Sariyan (2021) lagi berpendapat, kerisauan tersebut dikongsi dalam kalangan pendidik, ahli agama, ahli budaya dan sesiapa sahaja yang berpegang pada kepercayaan bahawa adab dan tamadun sesuatu bangsa amat berkaitan dengan corak bahasa yang digunakan oleh masyarakatnya. Bahasa slang walaupun bersifat sementara namun, sekiranya penggunaannya tidak dibendung, terutama dari segi sistem pembentukan kata dan istilah, besar kemungkinannya akan turut menjejaskan status, kemurnian dan ciri penting bahasa Melayu, iaitu bahasa yang menekankan kesopanan dan kesantunan berbahasa. (Fazal dan Muhammad, 2022)

Jika dilihat dari sudut pencipta kandungan yang terkenal yang mempunyai ramai pengikut (*followers*), mereka tidak menggunakan bahasa slang yang kasar yang merujuk kepada bahasa tidak sopan iaitu bahasa disfemisme. Jika bahasa slang berunsur disfemisme kerap digunakan oleh pencipta kandungan, ia akan memberi kesan kepada masyarakat menggunakan bahasa yang tidak sopan tersebut kerana sudah dinormalisasikan. Hal ini terutamanya akan mempengaruhi golongan remaja. Bahasa slang jelas tidak bertepatan dengan nahu bahasa Melayu, malah bahasa slang juga boleh mempamerkan keperibadian dan kesantunan seseorang melalui cara individu tersebut berbahasa (Noor Fazerra et.al, 2022).

KESIMPULAN DAN CADANGAN

Berdasarkan pengkajian ini, jelaslah menunjukkan bahawa banyak perkataan bahasa slang yang digunakan oleh pencipta kandungan di media sosial dalam penyampaian kandungan mereka. Media sosial pula merupakan medium yang paling dekat dengan generasi muda terutamanya golongan remaja. Generasi muda merupakan pelapis kepada negara pada masa hadapan (Anne Jeffrey Kihob & Saidatul Nornis Mahali, 2020). Kebimbangan penggunaan bahasa slang yang tidak terkawal, kurang teratur dan tidak sopan terutamanya dalam media sosial akan merendahkan nilai bahasa Melayu itu sendiri. Hal ini jika tidak ditangani bakal menimbulkan kekeliruan sehingga boleh menjejaskan generasi akan datang dan paling menyedihkan, perkara ini bukan hanya melibatkan golongan muda, bahkan yang berusia. Adab dan tamadun sesuatu bangsa amat berkaitan dengan corak bahasa yang digunakan oleh masyarakatnya. Menurut Norfaradilah Jamali dan Sa'adiah Ma'alip (2018), martabat bahasa Melayu akan terancam sekiranya bahasa slang digunakan secara meluas oleh pengguna bahasa. Bagi mengikut konteks

dan situasi yang bersesuaian dalam penggunaan bahasa, penutur perlu bijak menggunakan ragam bahasa yang betul dan tepat. Namun, walaupun dalam situasi formal, dikhuatiri penutur akan mudah terikut-ikut dan keliru dalam penggunaan bahasa tersebut. Hal ini disebabkan penggunaan ragam bahasa slanga terus mendominasi pertuturan.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat, cadangan ialah peranan pencipta kandungan dan penutur yang menggunakan bahasa Melayu sendiri perlu menormalisasikan penggunaan bahasa Melayu yang standard dan bukan terikut-ikut dengan keadaan *trend* semasa. Pencipta kandungan perlu mengambil hal ini dengan serius dan boleh menjadi ikutan yang positif kepada pengikut terutamanya golongan muda. Pencipta kandungan di media sosial merupakan platform paling cepat untuk mendapatkan maklumat dan disamping boleh mendidik masyarakat dalam penggunaan bahasa yang betul. Hal ini juga memperlihatkan hakikat sebenar bahawa Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP) sudah berperanan dalam memastikan masyarakat Malaysia menggunakan bahasa dengan betul melalui hebahan-hebahan di media sosial. Begitu juga sudah ada peranan pendidik iaitu guru di sekolah mendidik pelajar untuk menggunakan bahasa dengan betul mengikut tatabahasa yang dipelajari serta ibu bapa juga sudah berperanan dalam membentuk anak-anak menggunakan bahasa kebangsaan dengan baik dalam kehidupan seharian.

Cadangan lain bagi pengkajian ini ialah bagi pengkaji yang berminat untuk mendalami tajuk ini, kajian ini boleh diluaskan lagi dalam konteks berbeza penggunaan bahasa slanga pada masa hadapan. Selain itu, kaedah kajian juga boleh diubah kepada metod kuantitatif dengan mendapat maklum balas responden dengan lebih jitu dan kukuh berkaitan bahasa slanga. Oleh itu, menggunakan bahasa Melayu dengan betul adalah penting untuk generasi kini bagi memartabatkan bahasa Melayu itu sebagai bahasa kebangsaan dan bahasa rasmi negara sekali gus mengukuhkan ketamadunan sesebuah bangsa.

RUJUKAN

- Ahmad Fadhlullah Adnan. 2021. Bahasa slanga cemar imej bahasa Melayu. *Utusan Malaysia*, 20 Mei. (<https://www.utusan.com.my/nasional/2021/05/bahasa-slanga-cemar-imej-bahasa-melayu/>).
- Anne Jeffrey Kihob and Saidatul Nornis Mahali. 2020. Keracunan bahasa dalam karangan murid sekolah menengah di Daerah Tuaran, Sabah. *Jurnal Pusat Penataran Ilmu & Bahasa*, 31(2), 97-132.
- Arturo Arriagada and Francisco Ibáñez. 2020. "You need at least one picture daily, if not, you're dead": content creators and platform evolution in the social media ecology. *Sage: Social Media + Society*, July-September 2020: 1-12. <https://doi.org/10.1177/2056305120944624s://doi.org/10.1177/2056305120944624>.
- Eka Rizky Fauziah, Indriani Nur Safitri, Ai Sri Wahyuni Rahayu, and Dian Hermawan. 2021. Kajian sociolinguistik terhadap penggunaan bahasa slang di media sosial Twitter. BASINDO: *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pembelajarannya*, Volume 5 Nomor 2.
- Fazal Mohamed Mohamed Sultan dan Muhammad Syafreza Azwan Pisol. 2022. Slang dalam media sosial: satu pendekatan minimalis. *E-Bangi: Journal of Social Sciences and Humanities*. Special Issue: Vol. 19. No.3 (2022). 151-161. ISSN: 1823-884x.
- Harishon Radzi, and Tengku Fariqul Haq. 2016. Slang sebagai wahana komunikasi dalam kalangan remaja di Bengkalis. *Jurnal Linguistik*, 20(1).
- Kamarul Azmi Jasmi. 2012. Metodologi pengumpulan data dalam penyelidikan kualitatif. Conference: *Kursus Penyelidikan Kualitatif*, Siri 1, Januari 2012.
- Kridalaksana, Harimurti. 2011. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Mary Fatimah Subet and Muhammad Zaid Daud. 2016. "Giler" atau "Gile": Slang Kata Penguat. *Jurnal Bahasa*, 16(2), 293-304.

- Minah Sintian. 2017. Penggunaan bahasa slang dalam kalangan pelajar Kadazandusun di Universiti Pendidikan Sultan Idris. *Jurnal Bahasa, Budaya dan Warisan Melayu*, 4(1), 75-88.
- Nasihah Hashim, Noor Aida Mahmor, Ainal Akmar Ahmad dan Maizatul Azura Yahya. 2016. Bahasa slang dalam komik kanak-kanak. 2nd International Convention on Islam, Science & Education, 1-10.
- Noor Fazerra Paijin, Nuratikah Ja'afar, and Nur Farahkhanna Mohd Rusli. 2022. Penggunaan bahasa slang dalam akaun *Twitter "Brgsjks"*. *Jurnal Wacana Sarjana*, Volume 6(3) June 2022: 1-13; e-ISSN 2600-9501.
- Norfarahdila Jamali and Sa'adiah Ma'alip. 2018. Fenomena penggunaan bahasa slang dalam kalangan remaja felda di Gugusan Felda Taib Andak: Suatu tinjauan sosiolinguistik. *Jurnal Wacana Sarjana*, 2(3), 1-15.
- Norshahira Mohd Ghazali and Nur Nabilah Abdullah. 2021. Slang language use in social media among Malaysian youths: a sociolinguistic perspective. *IYSL*, Volume 4, No. 2, December 2021.
- Rury Margiyanti, Andik Yuliyanto, S.S., M.Si. (2021). Bahasa slang dalam akun instagram @Moodrekeh.Id. Bapala Volume 8 Nomor 06 Tahun 2021 hlm. 164-176.
- What is a content creator?. NFI. <https://www.nfi.edu/what-is-a-content-creator/>.
- Zulkifli Zulfati Izazi and Tengku Mahadi Tengku-Sepora. 2020. Slangs on social media: variations among Malay language users on Twitter. *Pertanika Journal. Soc. Sci. & Hum.* 28 (1): 17 - 34 (2020).