

AMALAN 'BUDI BAHASA BUDAYA KITA' MELALUI APLIKASI MEDIA SOSIAL

JAMILAH AHMAD & NUR NASLIZA ARINA MOHAMAD NASIR

ABSTRAK

Budi bahasa merupakan elemen penting yang perlu ada dalam diri setiap individu kerana ia melambangkan peribadi dan sahsiah diri seseorang itu. Namun sayangnya pada masa kini budi bahasa tidak lagi dilihat sebagai elemen penting yang menyempurnakan peribadi seseorang. Peredaran zaman serta perkembangan teknologi semasa menjadi salah satu sebab mengapa amalan budi bahasa seakan dipinggirkan terutamanya oleh golongan belia. Kajian ini dijalankan untuk mencari pendekatan terbaik dalam memperkasakan kembali amalan berbudi bahasa dalam kalangan belia dengan menggunakan media sosial sebagai medium terbaru yang boleh menarik minat golongan ini untuk mengaplikasikan amalan berbudi bahasa dalam kehidupan seharian mereka. Kajian ini menggabungkan kaedah penyelidikan kualitatif dan kuantitatif dalam mendapatkan data daripada responden yang dikenal pasti. Hasil kajian mendapati, pengetahuan golongan belia terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' adalah tinggi. Manakala, sikap mereka terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' pula adalah baik dan positif. Daripada segi tingkah laku, hasil kajian mendapati ia berada pada tahap yang sederhana. Hasil kajian juga menunjukkan, media sosial berupaya mendidik golongan belia tentang amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita'. Di samping itu, hasil kajian juga mendapati terdapat tiga faktor yang boleh menarik golongan belia terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' iaitu daripada segi bentuk mesej, sifat mesej serta cara mesej disampaikan.

Kata Kunci: Media Sosial, Amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita', Belia, Pendidikan, Malaysia

ABSTRACT

Budi bahasa is an important element in an individual because it reflects the personality of the individual. However, nowadays budi bahasa is not seen as an important element within one's personality. The passage of times and development of technology is one of the reasons why budi bahasa is being disregarded especially by youth. This research aims to find out the best method to enhance the habits of budi bahasa among the youth using the social media as the latest medium to attract the interest of this group to practice in their daily life. This research combines both the qualitative and quantitative method in its data gathering from the target respondent. Results revealed that youth's knowledge towards the practice of 'Budi Bahasa Budaya Kita' is high. Their attitude towards 'Budi Bahasa Budaya Kita' are good and positive. However, from the aspect of behaviorism, data shows that it is at the average level. Results also reveals that, social media has the ability to educate

the youth on the practice of Budi Bahasa Budaya Kita'. In addition, the results also elicited there are three factors that are able to attract youth towards the practice of 'Budi Bahasa Budaya Kita'. These include the style of the message, nature of the message and the method of the message is disseminated.

Key Words: Social Media, The Practices of "Budi Bahasa Budaya Kita", Youth, Education, Malaysia

PENGENALAN

Budi bahasa boleh didefinisikan sebagai percakapan yang baik, elok dan bersopan ketika bertutur kata, tinggi dan berhemah budi bicaranya, beradab, bersopan santun, tertib, bersikap lemah lembut, bertingkah laku baik serta mempunyai akhlak yang murni (Wan Mohd Ruzlan, 2011). Dalam konteks agama pula, Islam adalah sangat mementingkan budi bahasa sebagai antara elemen yang menyempurnakan Islam seseorang selain dari aspek akidah dan syariahnya (Siti Shamsiah, 2012).

Namun kini, budi bahasa tidak lagi menjadi perkara penting yang diaplikasikan dalam kehidupan masyarakat terutamanya oleh golongan belia. Berdasarkan cara golongan ini berkomunikasi dan berkelakuan jelas menunjukkan kepada kita bahawa sifat berbudi bahasa kurang dihayati oleh mereka (Ku Seman, 2013; Kementerian Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan, 2011; Norazlina, 2013). Oleh itu adalah penting untuk kita mengambil langkah yang tegas dan pantas dalam memupuk kembali amalan berbudi bahasa dalam kalangan belia kerana mereka merupakan generasi pelapis yang akan memimpin negara pada masa hadapan. Negara Malaysia yang tercinta ini tidak akan mencapai kemajuan yang diidamkan dan disegani ramai jika barisan pemimpin dan rakyatnya tidak mencerminkan keperibadian yang bertamadun (Ketua Setiausaha Negara Malaysia, 2013; Kementerian Penerangan Malaysia, 2008).

Pengaruh persekitaran adalah antara faktor utama yang menyumbang kepada pembentukan dan perkembangan tingkah laku golongan belia. Selain itu, arus permodenan dan perkembangan sosio ekonomi yang pesat turut menyumbang kepada perubahan tingkah laku golongan ini. Walaupun golongan belia dianggap sebagai generasi yang bijak, tetapi mereka sangat mudah terpengaruh dengan keadaan sekeliling. Namun dari sudut yang positif, belia merupakan generasi yang suka mencari cabaran baharu, yakin pada diri sendiri, bercita-cita tinggi serta berorientasikan pencapaian. Mereka juga adalah sumber tenaga yang penting kepada negara sekali gus menjadi pewaris yang akan memimpin negara di masa hadapan (Dini, 2013; Siti Raba'ah et al., 2013).

Golongan belia merupakan aset yang amat penting dan bernilai kerana mereka memiliki bakat dan potensi besar untuk menyumbang kepada pembangunan negara. Di samping itu, suara dan pandangan mereka mampu menjana idea-idea baru yang bakal melakar potret Malaysia yang lebih indah dalam lanskap dunia

yang sentiasa berubah (Ketua Setiausaha Negara Malaysia, 2013). Tambahan lagi, golongan belia juga merupakan pencetus dan ejen perubahan yang boleh memberikan impak yang positif kepada agama, bangsa dan negara (Ahmad Irfan, 2013).

Dengan melihat golongan belia sebagai aset yang berharga kepada negara kerana kebolehan dan keupayaan generasi ini dalam menyumbang kepada pembangunan dan memajukan negara, maka adalah penting untuk mendidik generasi ini agar mengaplikasikan amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kehidupan seharian mereka. Hal ini kerana, kelebihan yang dimiliki oleh generasi ini tidak dapat dimanfaatkan sepenuhnya oleh negara jika akhlak dan peribadi mereka tidak dijaga dan dipelihara.

Dalam usaha untuk mendidik dan mengajak golongan belia untuk mengaplikasikan amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kehidupan seharian mereka, media sosial dilihat berpotensi untuk digunakan sebagai medium terbaik dan berkesan bagi tujuan tersebut. Hal ini kerana, media sosial bukan sahaja paling popular pada masa kini, malah ia paling banyak digunakan oleh belia dalam kehidupan seharian mereka. Tambahan pula, terdapat pelbagai kelebihan dan keistimewaan yang ada pada media sosial yang tidak ada pada media massa yang lain yang dilihat berupaya membantu memperkasakan amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kalangan belia masa kini (Socialbakers, 2014; Nur Nasliza Arina dan Jamilah, 2013).

Atas kesedaran untuk memupuk kembali amalan murni ini dalam kalangan belia di Malaysia, maka kajian ini secara khususnya adalah bertujuan (1) untuk memahami pengetahuan, sikap dan tingkah laku golongan belia terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kehidupan; (2) untuk mengenal pasti keupayaan media sosial dalam memperkasa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' kepada golongan belia; dan (3) untuk mengenal pasti dan mencadangkan faktor-faktor penarik golongan belia kepada amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' melalui penggunaan media sosial.

SOROTAN LITERATUR

Berkembangnya teknologi komunikasi dan maklumat telah memperluaskan cara masyarakat berkomunikasi di antara satu sama lain. Menurut Hanson et al. (2010), masyarakat yang menggunakan media sosial dalam persekitaran mereka adalah lebih cenderung untuk memahami, mudah berinteraksi, melibatkan diri serta berkomunikasi sesama mereka yang turut menggunakan media sosial dalam kehidupan.

Sejarah media sosial bermula apabila wujudnya SixDegree.com pada tahun 1997 sebagai media sosial pertama yang dibangunkan dengan ciri-ciri seperti mesej, profil dan sahabat. Selepas itu, sekitar tahun 2000, terdapat pelbagai media sosial

lain yang mula dibangunkan terutamanya media sosial berorientasikan perniagaan seperti Ryze.com dan LinkedIn.com ekoran daripada penutupan banyak dot.com. Selang beberapa tahun kemudian, masyarakat mula diperkenalkan dengan kemunculan pelbagai media sosial yang lain seperti *Friendsters*, *MySpace* dan *Facebook* yang telah berkembang pesat dengan pelbagai perisian seperti *blog*, perkongsian foto dan perkongsian video (Siti Ezaleila dan Azizah, 2010).

Media sosial bukan sahaja telah mencetuskan fenomena yang hebat di seluruh dunia malah turut mencetuskan fenomenanya yang tersendiri di Malaysia. Menurut statistik yang dikeluarkan oleh *wearesocial.sg* (2014) yang merupakan sebuah Agensi Media Sosial di Singapura, sehingga bulan Januari 2014, Malaysia berada di kedudukan ke-7 sebagai negara yang paling aktif menggunakan media sosial di Asia Pasifik iaitu sebanyak 53% di belakang Taiwan (64%), Brunei (63%), Hong Kong (61%), Singapura (59%), Austria (57%) dan New Zealand (55%).

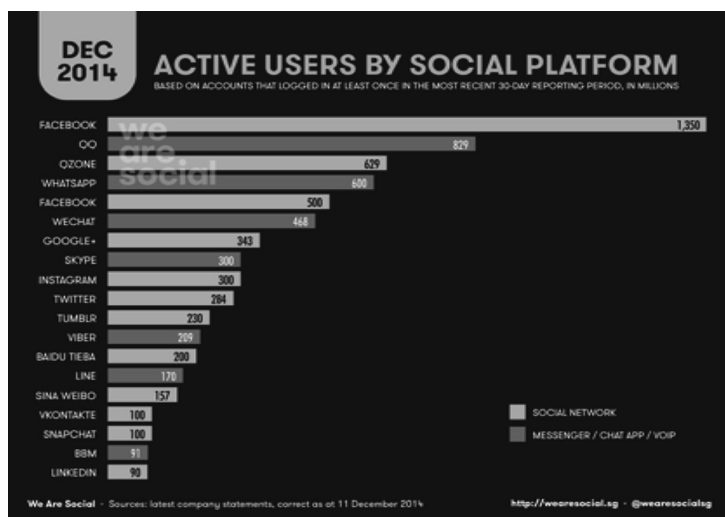
Menurut statistik yang dikeluarkan oleh Alexa.com (2013), terdapat 10 jenis media sosial yang paling popular dan banyak digunakan oleh masyarakat Malaysia pada tahun 2013. Berada di tempat pertama antara 10 jenis media sosial yang paling popular dan banyak digunakan adalah Facebook, iaitu sebanyak 13 juta, diikuti dengan *Youtube* (6 juta), *Twitter* (1.6 juta), *Linkedin*, *Tumblr*, *Tagged*, *Pinterest*, *Weibo*, *Says* dan akhir sekali *Carimember*. Kesemua media sosial tersebut sememangnya mempunyai kekuatan dan kelebihan yang tersendiri sehingga menjadi pilihan ramai masyarakat Malaysia untuk menggunakannya berbanding dengan media sosial yang lain.

Selain itu, fakta memperlihatkan bahawa, golongan masyarakat yang paling banyak menggunakan media sosial adalah golongan belia. Di samping itu, menurut statistik yang dikeluarkan oleh Socialbakers (2014), *Facebook* yang merupakan salah satu daripada media sosial yang popular di Malaysia berada di kedudukan pertama sebagai media pilihan yang paling dicari, dilihat dan digunakan oleh belia. Oleh itu, ini jelas menunjukkan bahawa, media sosial merupakan media yang menjadi pilihan belia dalam menjalani kehidupan seharian mereka berbanding dengan penggunaan media yang lain sama ada media cetak atau media elektronik.

Media	Jumlah Pengguna ('000)
1. Facebook	2075755
2. Hot FM	2010613
3. Berita Harian Online	1980239
4. Maaduu	1774762
5. Harian Metro (myMetro)	1718572
6. ERA FM & ERA TV	1526730
7. TV3 Malaysia	1488748
8. Sinar Harian	1410043
9. You Tube	1295823
10. Utusan Online	1138091

Rajah 1: Statistik Media Mengikut Pilihan Belia di Malaysia Pada September 2014

Berdasarkan statistik yang dikeluarkan oleh *Alexa.com* (2013) serta *Socialbakers* (2014), ternyata *Facebook* merupakan media sosial yang paling popular kerana ia bukan sahaja paling banyak digunakan oleh golongan belia malah juga merupakan media pilihan yang paling dicari, dilihat dan digunakan oleh mereka. Tambahan lagi, statistik yang dikeluarkan oleh *wearesocial.sg* (2014) juga memperlihatkan, sehingga Disember 2014, *Facebook* menjadi platform sosial yang paling banyak digunakan berbanding dengan platform sosial yang lain seperti *Instagram*, *Wechat* mahupun *Whatsapp*. Statistik tersebut dapat dilihat pada Rajah 2.



Rajah 2: Statistik Pengguna Aktif Platform Sosial di Malaysia sehingga Disember 2014

Dalam lambakan kewujudan pelbagai media sosial pada masa kini, *Facebook* masih menjadi media sosial yang paling popular dan banyak digunakan oleh masyarakat Malaysia. Sejarah *Facebook* bermula apabila ia telah dicipta oleh Mark Zuckerberg pada tahun 2004 yang pada awalnya hanya diperkenalkan kepada pelajar Universiti Harvard untuk kegunaan mereka sahaja. Namun, hari demi hari *Facebook* menjadi semakin terkenal dan mendapat tempat dalam kalangan pelajar yang akhirnya ia telah dibuka penggunaannya kepada orang ramai pada tahun 2006 (Gunter 2011; Boyd dan Hargittai, 2010). Menurut Mazer et al. (2009), *Facebook* merupakan media sosial yang sangat interaktif. Penggunaan *Facebook* tidak terhad kepada individu sahaja tetapi juga boleh digunakan oleh kumpulan tertentu seperti organisasi dan pihak kerajaan untuk berkomunikasi dengan pelbagai pihak bagi tujuan tertentu (Collier dan Magid, 2012).

Facebook mempunyai kegunaan dan keistimewaannya yang tersendiri. *Facebook* membolehkan masyarakat berkongsi maklumat dan berkomunikasi di antara satu sama lain tanpa batasan geografi kerana ia menghubungkan masyarakat di serata bandar atau wilayah, di tempat kerja atau di sekolah, di rumah atau di luar negara dan di serata tempat yang lain (Gunter, 2011). Menurut Shih (2011), terdapat empat perkara yang membuatkan *Facebook* lebih istimewa dan terbaik berbanding dengan media sosial yang lain. Empat perkara tersebut adalah domain pengesahan email, hubungan sebenar, tetapan privasi serta nilai eksklusif. Manakala menurut Susilo (2008) pula, *Facebook* adalah lebih istimewa berbanding dengan media sosial yang lain adalah kerana *Facebook* telah banyak membawa ciri-ciri baru yang menjadikan *Facebook* sebahagian penting dalam kehidupan seharian. Selain itu, keistimewaan *Facebook* juga adalah ia direka dan dicipta untuk memberi tumpuan kepada mewujudkan dan mengekalkan hubungan sebenar dan membina semangat kemasyarakatan.

Selain daripada itu, menurut Nur Nasliza Arina dan Jamilah (2013), *Facebook* merupakan medium penyampaian maklumat yang berkesan dalam mendidik dan mempengaruhi masyarakat terhadap sesuatu isu. Hal ini kerana, *Facebook* mempunyai keistimewaan dan kelebihan yang tersendiri seperti ia mampu menjangkau khalayak yang ramai, aplikasi yang boleh digunakan adalah percuma lagi menarik, cepat dan mudah digunakan serta berupaya menyampaikan maklumat dengan lebih kreatif dan terperinci. Oleh itu, *Facebook* harus dimanfaatkan sebaiknya sebagai medium penyampaian maklumat mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kalangan belia bagi memastikan maklumat dapat disampaikan secara berkesan.

Dalam memastikan mesej dan maklumat mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dapat disampaikan secara berkesan kepada golongan belia melalui aplikasi media sosial, pihak berwajib haruslah meneliti beberapa perkara seperti waktu penggunaan media sosial oleh belia, kekerapan penggunaan media sosial oleh belia, jenis media sosial yang digunakan oleh belia dalam mendapatkan sesuatu maklumat serta tempoh jangka masa belia menggunakan media sosial

dalam kehidupan seharian mereka. Hal ini kerana, kajian yang dijalankan oleh Jamilah, Nurzali dan Nur Nasliza Arina (2015) menunjukkan, belia pada masa kini sememangnya memperuntukkan jangka masa tertentu dalam menggunakan media sosial di samping menggunakan pelbagai media sosial mengikut keselesaan dan keperluan mereka. Kajian tersebut memperlihatkan, terdapat tiga jenis media sosial yang paling banyak digunakan oleh belia mengikut keselesaan dan keperluan mereka iaitu pertama, *Facebook*, kedua *Instagram* dan ketiga, *WhatsApp*. Manakala, dari segi kekerapan penggunaan media sosial pula, dapatan kajian tersebut menunjukkan bahawa belia menggunakan media sosial adalah sebanyak 16 hingga 30 kali sebulan di samping menghabiskan masa sebanyak 1 hingga 4 jam setiap kali melayari media sosial dalam satu-satu masa.

Kesimpulannya, media sosial sememangnya digunakan secara meluas oleh belia dan seterusnya menjadi teknologi yang paling dekat dan berpengaruh dalam kehidupan belia. Oleh itu, media sosial boleh digunakan sebagai salah satu daripada medium penyampaian maklumat mengenai amalan Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kalangan belia. Ini adalah kerana, belia yang juga dikenali sebagai generasi maklumat adalah merupakan golongan yang beranggapan bahawa internet adalah lebih penting berbanding dengan media massa yang lain. Mereka juga sudah tidak dapat dipisahkan lagi dengan internet dan tidak bergantung sepenuhnya kepada media massa kontemporari (Haziq, 2013). Maka, media sosial yang merupakan teknologi berasaskan internet masa kini boleh dimanfaatkan dan digunakan sebaiknya bagi memperkasa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kalangan belia di Malaysia. Tambahan pula, tahap penggunaan media sosial yang tinggi oleh belia menunjukkan petanda positif dan peratusan yang tinggi untuk mempengaruhi belia mengaplikasikan amalan ini dalam kehidupan mereka jika amalan ini dididik dan disebarluaskan melalui media sosial.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini menggunakan kaedah tinjauan soal selidik (*survey*) dan temu bual kumpulan fokus dalam mengumpulkan data daripada responden yang dikenal pasti. Tinjauan soal selidik digunakan adalah untuk mendapatkan dan mengumpul data daripada sampel yang lebih besar kerana ia membolehkan data dikumpul dengan lebih cepat dan efektif. Manakala, temu bual kumpulan fokus pula digunakan adalah untuk mendapatkan dan mengumpul maklumat daripada responden dengan lebih tepat dan terperinci. Temu bual kumpulan fokus adalah melibatkan bilangan sampel yang kecil namun ia dapat memberikan maklumat yang lebih lengkap dan tepat daripada responden kerana perbincangan dijalankan secara bersemuka dan lebih memfokus.

Kedua-dua kaedah penyelidikan yang digunakan iaitu tinjauan soal selidik dan temu bual kumpulan fokus adalah melibatkan pemilihan sampel melalui persampelan bertujuan yang merujuk kepada sampel dipilih adalah berdasarkan kepada ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang dikehendaki oleh pengkaji (Ahmad

Mahdzan, 2005). Dalam konteks kajian ini, sampel yang dipilih haruslah memenuhi dua ciri-ciri tertentu iaitu (1) merupakan belia yang berumur dalam lingkungan 15 hingga 30 tahun serta (2) belia yang menetap di empat zon yang ditentukan iaitu zon utara, selatan, timur dan tengah.

Tinjauan soal selidik adalah melibatkan seramai 400 responden dan mereka dikehendaki untuk menjawab kesemua soalan yang terkandung di dalam borang soal selidik yang telah direka khas. Borang soal selidik tersebut mengandungi empat bahagian utama iaitu Bahagian A, demografi responden, Bahagian B, pengetahuan, sikap dan tingkah laku responden terhadap Amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita', Bahagian C, keupayaan media sosial dalam memperkasa Amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dan Bahagian D, faktor-faktor penarik golongan belia kepada amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' melalui penggunaan media sosial. Kesemua data yang diperolehi daripada tinjauan soal selidik di analisa menggunakan perisian SPSS di mana statistik diskriptif dijalankan.

Pembincangan kumpulan fokus pula adalah melibatkan seramai 6 hingga 10 orang responden dalam satu kumpulan. Sebanyak empat kumpulan fokus telah dijalankan di mana ia mewakili empat zon yang terlibat. Dalam perbincangan kumpulan fokus tersebut, responden diminta untuk menjawab soalan-soalan yang dikemukakan oleh pengkaji secara lisan dan mereka dibenarkan serta digalakkan untuk berbincang mengenai soalan yang diajukan tersebut. Secara khususnya, soalan-soalan yang diajukan tersebut adalah merangkumi soalan-soalan yang boleh mencapai objektif kajian di samping boleh juga untuk menjawab persoalan kajian yang telah diutarakan oleh pengkaji. Di samping itu, soalan tersebut juga merangkumi soalan-soalan susulan yang dibina berdasarkan dapatan kajian yang diperolehi menerusi tinjauan soal selidik. Namun, pertambahan soalan juga berlaku secara spontan mengikut jawapan dan maklum balas yang diberikan oleh responden. Kesemua maklumat yang diperolehi daripada responden dianalisa menggunakan Analisa Tematik.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Dapatan kajian meliputi empat perkara utama iaitu (1) demografi responden; (2) pengetahuan, sikap dan tingkah laku responden terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kehidupan; (3) keupayaan media sosial dalam memperkasa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kalangan belia; dan (4) faktor-faktor penarik golongan belia kepada amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' melalui penggunaan media sosial.

Demografi Responden

Berdasarkan jantina, 253 (63%) daripada responden yang terlibat adalah perempuan dan hanya 147 (37%) responden lelaki yang terlibat dalam kajian ini. (sila rujuk Jadual 1).

Jadual 1: Jantina Responden

Jantina	Bilangan (%)
Lelaki	147 (37%)
Perempuan	253 (63%)

Daripada segi umur, majoriti responden yang terlibat adalah belia yang berumur dalam lingkungan 20 tahun hingga 24 tahun iaitu sebanyak 188 (47%). Selebihnya iaitu sebanyak 115 (29%) pula adalah responden yang merupakan belia yang berumur dalam lingkungan 25 tahun hingga 30 tahun di samping 97 (24%) yang lain adalah responden yang berumur dalam lingkungan 15 tahun sehingga 19 tahun (sila rujuk Jadual 2).

Jadual 2: Umur Responden

Umur	Bilangan (%)
15-19 tahun	97 (24%)
20-24 tahun	188 (47%)
25-30 tahun	115 (29%)

Daripada segi taraf pendidikan, majoriti responden mendapat pendidikan di peringkat Ijazah Sarjana Muda iaitu sebanyak 183 (46%). Sebanyak 95 (24%) responden yang lain pula mendapat pendidikan di peringkat SPM, 72 (18%) responden di peringkat Diploma/STPM, 32 (8%) responden di peringkat Sarjana dan ke atas, dan 18 (5%) responden di peringkat SPM ke bawah. (sila rujuk Jadual 3).

Jadual 3: Taraf Pendidikan Responden

Kelompok Masyarakat	Bilangan (%)
SPM ke bawah	18 (5%)
SPM	95 (24%)
Diploma/STPM	72 (18%)
Ijazah Sarjana Muda	183 (46%)
Sarjana dan ke atas	32 (8%)

Pengetahuan, Sikap dan Tingkah Laku Responden Terhadap Amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ Dalam Kehidupan

Hasil kajian mendapati (sila rujuk Jadual 4), pengetahuan responden tentang amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ adalah tinggi. Hal ini kerana, majoriti responden mengetahui akan maksud dan definisi amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’, amalan-amalan yang digolongkan sebagai berbudi bahasa, amalan-amalan yang digolongkan sebagai tidak berbudi bahasa serta tujuan mengaplikasikan amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ dalam kehidupan.

Majoriti daripada responden mendefinisikan amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ sebagai cara pertuturan, tata tertib kelakuan serta pergaulan yang sopan. Daripada segi amalan-amalan yang digolongkan sebagai berbudi bahasa, terdapat lima amalan berbudi bahasa yang dinyatakan oleh majoriti responden iaitu bercakap sopan, mengucapkan terima kasih, memberi ucapan salam, mengukir senyuman dan menghormati orang tua. Manakala, daripada segi amalan-amalan yang dikategorikan sebagai tidak berbudi bahasa pula, terdapat lima amalan tidak berbudi bahasa yang dinyatakan oleh majoriti responden iaitu membuang sampah merata-rata, merosakkan harta benda awam, memotong barisan, bercakap kasar dan memandu dengan merbahaya.

Daripada segi tujuan mengaplikasikan amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’, majoriti responden menyatakan terdapat empat tujuan mengaplikasikan amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ dalam kehidupan yang merangkumi supaya disenangi dan dihormati oleh orang lain, untuk mewujudkan keharmonian dan kestabilan, untuk mengurangkan pergeseran dan menggalakkan persefahaman serta mewujudkan suasana harmoni dan saling bekerjasama.

Jadual 4: Pengetahuan Responden Tentang Amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’

Pengetahuan terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’	Sangat tidak setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Neutral (Tidak pasti) (%)	Setuju (%)	Sangat Setuju (%)
1. Budi Bahasa Budaya Kita’ merujuk kepada:					
mengamalkan akhlak dan tingkah laku baik sebagai cara hidup	2 (0.5%)	1 (0.3%)	12 (3.0%)	182 (45.5%)	203 (50.8%)
cara pertuturan, tata tertib kelakuan serta pergaulan yang sopan	1 (0.3%)	-	11 (2.8%)	181 (45.3%)	207 (51.8%)
imej yang ditonjolkan sama ada melalui percakapan atau perlakuan perbuatan fizikal yang mencerminkan akhlak dan peribadi seseorang	-3 (0.8%)	1 (0.3%)	21 (5.3%)	195 (48.8%)	183 (45.8%)
		1 (0.3%)	19 (4.8%)	185 (46.3%)	192 (48.0%)
2. Amalan dan tingkah laku yang dianggap sebagai berbudi bahasa adalah seperti:					
bercakap sopan	-	-	6 (1.5%)	171 (42.8%)	223 (55.8%)
membuang sampah merata-rata	231 (57.8%)	165 (41.3%)	4 (1.0%)	-	-
mengucapkan terima kasih	2 (0.5%)	-	8 (2.0%)	176 (44.0%)	214 (53.5%)
merosakkan harta benda awam	241 (60.3%)	153 (38.3%)	4 (1.0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)

memberi ucapan salam	-	-	7 (1.8%)	184 (46.0%)	209 (52.3%)
memotong barisan	218 (54.5%)	175 (43.8%)	5 (1.3%)	2 (0.5%)	-
mengukir senyuman	-	-	13 (3.3%)	182 (45.5%)	205 (51.3%)
bercakap kasar	242 (60.5%)	149 (37.3%)	8 (.0%)	-	1 (0.3%)
menghormati orang tua	-	-	6 (1.5%)	155 (38.8%)	239 (59.8%)
memandu dengan merbahaya	243 (60.8%)	148 (37.0%)	9 (2.3%)	-	-
3. Menjadikan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ sebagai amalan dalam kehidupan adalah kerana:					
supaya disenangi dan dihormati oleh orang lain	4 (1.0%)	6 (1.5%)	22 (5.5%)	192 (48.0%)	176 (44.0%)
tekanan daripada pihak berkuasa	135 (33.8%)	195 (48.8%)	30 (7.5%)	29 (7.3%)	11 (2.8%)
untuk mewujudkan keharmonian dan kestabilan	2 (0.5%)	1 (0.3%)	11 (2.8%)	210 (52.5%)	176 (44.0%)
paksaan daripada ibu bapa/ penjaga	159 (39.8%)	167 (41.8%)	28 (7.0%)	31 (7.8%)	15 (3.8%)
untuk mengurangkan pergeseran & menggalakkan persefahaman	3 (0.8%)	3 (0.8%)	24 (6.0%)	222 (55.5%)	148 (37.0%)
untuk mendapatkan pujian dan penghargaan	124 (31.0%)	191 (47.8%)	53 (13.3%)	21 (5.3%)	11 (2.8%)
mewujudkan suasana harmoni dan salingbekerjasama	-	2 (0.5%)	14 (3.5%)	198 (49.5%)	186 (46.5%)
untuk menarik perhatian orang lain	144 (36.0%)	195 (48.8%)	37 (9.3%)	20 (5.0%)	4 (1.0%)

Selain itu, hasil kajian juga mendapati (sila rujuk Jadual 5), sikap responden terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ adalah baik dan positif. Hal ini dapat dilihat apabila responden mempunyai reaksi yang positif terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ di samping mempunyai sikap prihatin dan kepekaan yang baik dan tinggi tentang situasi amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ yang berlaku di sekeliling mereka serta turut menunjukkan sikap yang positif terhadap kepentingan mengaplikasikan amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ dalam kehidupan.

Daripada segi reaksi yang positif terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’, hal ini dapat dilihat apabila majoriti responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ adalah merupakan tanggungjawab masyarakat untuk mengamalkannya (380 responden, 95.1%) serta merupakan satu kewajipan dan kemestian untuk mengamalkannya (355 responden, 88.8%). Selain itu, ia juga dapat dilihat apabila majoriti responden menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju bahawa amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ adalah tidak penting (383 responden, 95.8%), menyusahkan (391 responden, 97.8%) serta merupakan

satu pilihan yakni boleh memilih untuk mengamalkannya atau tidak (302 responden, 75.5%).

Manakala, daripada segi sikap positif responden terhadap situasi amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' yang berlaku di sekeliling mereka pula dapat dilihat apabila majoriti responden menunjukkan sikap peka dan prihatin yang sangat tinggi. Majoriti responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa pada masa kini, amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' kurang diamalkan oleh masyarakat (333 responden, 83.3%), semakin dilupakan dan tidak dititikberatkan (325 responden, 81.3%), perlu diterapkan semula dalam diri setiap masyarakat melalui pelbagai cara (381 responden, 95.3%) serta semakin kurang dipraktikkan oleh masyarakat muda (349 responden, 87.3%).

Daripada segi sikap responden yang positif terhadap kepentingan mengaplikasikan amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kehidupan pula dapat dilihat apabila majoriti responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa mengaplikasikan amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kehidupan adalah kerana ia dapat mengeratkan silaturrahim dan perpaduan antara masyarakat (386 responden, 96.5%), boleh mewujudkan suasana aman, harmoni, kerjasama, hormat-menghormati dan kesejahteraan (387 responden, 96.8%), masyarakat lebih menghormati individu yang mengamalkannya (372 responden, 93%), berkaitan dengan kemajuan negara (328 responden, 82%), mencerminkan peribadi dan perilaku seseorang individu (386 responden, 96.6%) serta ia adalah satu tuntutan agama yang wajib diikuti (359 responden, 89.5%).

Jadual 5: Sikap Responden Tentang Amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita'

Pengetahuan terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita'	Sangat tidak setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Neutral (Tidak pasti) (%)	Setuju (%)	Sangat Setuju (%)
1. Amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' adalah:					
tidak penting	236 (59.0%)	147 (36.8%)	7 (1.8%)	4 (1.0%)	6 (1.5%)
tanggungjawab masyarakat untuk mengamalkannya	2 (0.5%)	2 (0.5%)	16 (4.0%)	205 (51.3%)	175 (43.8%)
menyusahkan	227 (56.8%)	164 (41.0%)	7 (1.8%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)
satu kewajipan/ kemestian untuk mengamalkannya satu pilihan (boleh memilih)	3 (0.8%)	8 (2.0%)	34 (8.5%)	199 (49.8%)	156 (39.0%)
untuk mengamalkannya atau tidak)	142 (35.5%)	160 (40.0%)	61 (15.3%)	19 (4.8%)	18 (4.5%)

2. Pada masa kini, amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita':					
kurang diamalkan oleh masyarakat	3 (0.8%)	10 (2.5%)	54 (13.5%)	238 (59.5%)	95 (23.8%)
tanggungjawab kerajaan memastikan masyarakat mengamalkannya	8 (2.0%)	37 (9.3%)	75 (18.8%)	194 (48.5%)	86 (21.5%)
semakin dilupakan dan tidak dititikberatkan	9 (2.3%)	21 (5.3%)	45 (11.3%)	229 (57.3%)	96 (24.0%)
perlu diterapkan semula dalam diri setiap masyarakat melalui pelbagai cara	1 (0.3%)	3 (0.8%)	15 (3.8%)	203 (50.8%)	178 (44.5%)
semakin kurang dipraktikkan oleh masyarakat muda	4 (1.0%)	11 (2.8%)	36 (9.0%)	225 (56.3%)	124 (31.0%)
3. Mengaplikasikan amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kehidupan:					
dapat mengeratkan silaturrahim dan perpaduan antara masyarakat	1 (0.3%)	-	13 (3.3%)	190 (47.5%)	196 (49.0%)
adalah tidak mendatangkan manfaat dan kebaikan	190 (47.5%)	185 (46.3%)	15 (3.8%)	7 (1.8%)	3 (0.8%)
boleh mewujudkan suasana aman, harmoni, kerjasama, hormat- menghormati dan kesejahteraan	-	3 (0.8%)	10 (2.5%)	201 (50.3%)	186 (46.5%)
hak individu sepenuhnya sama ada untuk mengamalkannya atau tidak	125 (31.3%)	166 (41.5%)	63 (15.8%)	31 (7.8%)	15 (3.8%)
masyarakat lebih menghormati individu yang mengamalkannya	-	7 (1.8%)	21 (5.3%)	216 (54.0%)	156 (39.0%)
berkaitan dengan kemajuan negara	12 (3.0%)	13 (3.3%)	47 (11.8%)	210 (52.5%)	118 (29.5%)
mencerminkan peribadi dan perilaku seseorang individu	1 (0.3%)	1 (0.3%)	12 (3.0%)	187 (46.8%)	199 (49.8%)
adalah satu tuntutan agama yang wajib diikuti	3 (0.8%)	6 (1.5%)	32 (8.0%)	151 (37.5%)	208 (52.0%)

Manakala, secara keseluruhannya (sila rujuk Jadual 6), tingkah laku responden terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' pula menunjukkan bahawa ia berada di tahap sederhana. Tingkah laku responden terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' berada di tahap sederhana dapat dilihat apabila majoriti daripada responden kerap melakukan atau mengamalkan amalan yang berbudi bahasa namun dalam masa yang sama, majoriti daripada responden juga kadangkalanya melakukan atau mengamalkan amalan yang tidak berbudi bahasa dalam kehidupan.

Majoriti responden menyatakan, antara amalan berbudi bahasa yang kerap dilakukan adalah memberi ucapan salam (147 responden, 36.8%), bersopan santun apabila berbicara (184 responden, 46%), mengelakkan diri daripada menggunakan bahasa dan perkataan yang boleh menyakiti hati orang lain (153 responden, 38.3%), menghormati orang yang lebih tua (182 responden, 45.5%), mengucapkan terima

kasih (167 responden, 41.8%) serta memohon maaf apabila melakukan kesalahan (168 responden, 42.0%). Selain itu, majoriti responden juga menyatakan, antara amalan tidak berbudi bahasa yang kadangkalanya dilakukan oleh mereka adalah seperti membuang sampah sesuka hati (133 responden, 33.3%), memotong barisan dan tabiat memandu yang kurang sopan (149 responden, 37.3%), bercakap kasar (192 responden, 48.0%), merosakkan harta benda awam (126 responden, 31.5%) serta tidak menghormati orang lain (203 responden, 50.8%).

Jadual 6: Tingkah Laku Responden Tentang Amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’

Pengetahuan terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’	Sangat tidak setuju (%)	Tidak Setuju (%)	Neutral (Tidak pasti) (%)	Setuju (%)	Sangat Setuju (%)
1. Adakah masyarakat di sekeliling anda melakukan amalan-amalan seperti:					
memberi ucapan salam	5 (1.3%)	150 (37.5%)	14 (3.5%)	147 (36.8%)	84 (21.0%)
membuang sampah sesuka hati	33 (8.3%)	133 (33.3%)	39 (9.8%)	161 (40.3%)	34 (8.5%)
melemparkan senyuman ikhlas	3 (0.8%)	117 (29.3%)	29 (7.3%)	160 (40.0%)	91 (22.8%)
memotong barisan dan tabiat memandu yang kurang sopan	40 (10.0%)	149 (37.3%)	33 (8.3%)	128 (32.0%)	50 (12.5%)
bersopan santun apabila berbicara	3 (0.8%)	107 (26.8%)	28 (7.0%)	184 (46.0%)	78 (19.5%)
berhemah ketika memandu	12 (3.0%)	175 (43.8%)	65 (16.3%)	106 (26.5%)	42 (10.5%)
mengelakkan diri daripada menggunakan bahasa dan perkataan yang boleh menyakiti hati orang lain	9 (2.3%)	130 (32.5%)	55 (13.8%)	153 (38.3%)	53 (13.3%)
menghormati orang yang lebih tua	4 (1.0%)	96 (24.0%)	22 (5.5%)	182 (45.5%)	96 (24.0%)
bercakap kasar	39 (9.8%)	192 (48.0%)	63 (15.8%)	75 (18.8%)	31 (7.8%)
mengucapkan terima kasih	7 (1.8%)	98 (24.5%)	24 (6.0%)	167 (41.8%)	104 (26.0%)
merosakkan harta benda awam	96 (24.0%)	126 (31.5%)	53 (13.3%)	93 (23.3%)	32 (8.0%)
memohon maaf apabila melakukan kesalahan	11 (2.8%)	123 (30.8%)	32 (8.0%)	168 (42.0%)	66 (16.5%)
tidak menghormati orang lain	62 (15.5%)	203 (50.8%)	50 (12.5%)	52 (13.0%)	33 (8.3%)
menconteng di tempat-tempat awam	107 (26.8%)	124 (31.0%)	46 (11.5%)	90 (22.5%)	33 (8.3%)
ringan tulang membantu orang di dalam kesusahan	8 (2.0%)	156 (39.0%)	40 (10.0%)	146 (36.5%)	50 (12.5%)

membantu orang kelainan upaya melintas jalan menaiki kenderaan awam	24 (6.0%)	174 (43.5%)	88 (22.0%)	77 (19.3%)	37 (9.3%)
---	--------------	----------------	---------------	---------------	--------------

Dapatan kajian mengenai pengetahuan, sikap dan tingkah laku golongan belia terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ yang diperolehi melalui tinjauan soal selidik disokong oleh dapatan kajian yang diperolehi daripada responden menerusi maklum balas mereka terhadap temu bual kumpulan fokus yang telah dijalankan. Dapatan melalui tinjauan soal selidik memperlihatkan bahawa pengetahuan responden terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ adalah tinggi. Dapatan ini telah disokong oleh dapatan kajian yang diperolehi melalui temu bual kumpulan fokus yang menunjukkan bahawa pengetahuan responden yang tinggi tentang amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ adalah disebabkan oleh beberapa faktor iaitu:

1. Dedahan informasi dan maklumat daripada media massa
2. Didikan ibu bapa
3. Pendidikan dan pengajaran di sekolah

Faktor yang pertama ialah dedahan informasi dan maklumat daripada media massa. Responden memaklumkan bahawa, mereka mendapatkan maklumat dan informasi mengenai amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ menerusi media massa adalah apabila banyak maklumat telah dipaparkan di dalam media cetak mahu pun media elektronik. Melalui media cetak seperti surat khabar, mereka mendapatkan maklumat mengenai amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ adalah tentang amalan-amalan yang dikategorikan sebagai berbudi bahasa dengan amalan-amalan yang dikategorikan sebagai tidak berbudi bahasa. Manakala menerusi media elektronik seperti radio dan televisyen pula, mereka memaklumkan bahawa mereka mendapatkan informasi mengenai amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ adalah tentang definisi dan maksud amalan tersebut serta tujuan dan kepentingan mengaplikasikan amalan murni tersebut.

Faktor yang kedua iaitu didikan ibu bapa pula merujuk kepada, responden sentiasa dimaklumkan dan dinasihatkan agar menjaga adab dan tatasusila yang baik ketika berada di rumah dan di luar rumah. Sebagai contoh, responden menyatakan bahawa mereka diajar untuk menghormati orang yang lebih tua dengan memberikan ucapan salam apabila bertemu di samping menghulurkan tangan untuk bersalam sebagai tanda hormat. Responden juga memaklumkan, mereka juga diajar tentang amalan berbudi bahasa seperti bercakap dengan sopan santun, membantu individu lain yang berada dalam kesusahan seperti bersedekah serta mematuhi peraturan jalan raya.

Faktor yang ketiga iaitu pendidikan dan pengajaran di sekolah adalah merujuk kepada responden diajar oleh para guru tentang adab dan tatasusila yang sepatutnya diamalkan sebagai seorang manusia. Pendidikan dan pengajaran tersebut

diajar dalam subjek seperti Pendidikan Islam dan Pendidikan Moral. Di samping itu juga, pihak sekolah turut mengadakan pelbagai kempen budi bahasa seperti kempen memberi salam.

Dapatan kajian mengenai sikap responden tentang amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' yang diperolehi melalui tinjauan soal selidik menunjukkan sikap responden adalah positif dan baik. Dapatan tersebut telah disokong oleh dapatan kajian yang diperolehi melalui temu bual kumpulan fokus bersama dengan responden yang dikenal pasti. Berdasarkan maklum balas yang diperolehi melalui temu bual kumpulan fokus, sikap positif mereka dapat dilihat apabila mereka sememangnya merasakan bahawa amalan ini merupakan satu kewajipan dan kemestian untuk setiap individu mengamalkannya dalam kehidupan seharian. Ini kerana, amalan ini mendatangkan manfaat dan kebaikan kepada setiap individu jika mengamalkannya. Selain itu, responden juga memaklumkan bahawa mengaplikasikan amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kehidupan adalah merupakan satu tuntutan agama yang wajib diikuti. Mereka berpendapat bahawa setiap agama mahukan penganutnya untuk memaparkan peribadi dan akhlak yang mulia.

Di samping itu, sikap positif responden dapat dilihat apabila mereka menyatakan persetujuan yang amat sangat bahawa dengan mengaplikasikan amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita', ia akan dapat mengeratkan silaturrahim dan perpaduan antara masyarakat majmuk yang ada di Malaysia. Hal ini penting kerana perpaduan akan dapat melahirkan masyarakat yang bersatu padu serta saling bekerjasama serta boleh memastikan masyarakat hidup dalam keadaan aman dan harmoni. Tambahan lagi, responden juga menunjukkan sikap yang positif apabila mereka memaklumkan bahawa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' sememangnya perlu diterapkan semula dalam diri masyarakat kerana golongan muda masa kini kurang mengamalkan amalan murni ini dalam kehidupan serta bagi memastikan masyarakat Malaysia menjadi masyarakat yang bertamadun dan berakhlak mulia. Responden juga menegaskan bahawa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' harus diaplikasikan oleh semua masyarakat terutamanya oleh belia masa kini kerana ia mencerminkan peribadi dan perilaku seseorang individu itu. Seseorang individu itu akan lebih dihormati dan disanjung seandainya beliau mempunyai peribadi dan tingkah laku yang baik.

Dapatan kajian mengenai tingkah laku responden tentang amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' yang diperolehi melalui tinjauan soal selidik menunjukkan ia berada di tahap sederhana. Hal ini kerana, tingkah laku majoriti responden yang menunjukkan bahawa mereka kerap melakukan atau mengamalkan amalan yang berbudi bahasa namun dalam masa yang sama turut mengamalkan amalan yang tidak berbudi bahasa dalam kehidupan. Dapatan kajian ini juga telah disokong oleh dapatan kajian yang diperolehi melalui temu bual kumpulan fokus bersama dengan responden yang dikenal pasti. Para responden memaklumkan bahawa belia masa kini sememangnya kerap melakukan amalan berbudi bahasa namun dalam masa yang sama mereka juga melakukan amalan tidak berbudi bahasa. Responden

menyatakan, hal ini berlaku mungkin dipengaruhi oleh situasi dan emosi mereka pada ketika itu. Responden juga menyatakan, antara amalan berbudi bahasa yang paling kerap dilakukan oleh belia masa kini adalah amalan memberi salam serta menghormati orang yang lebih berusia. Manakala amalan tidak berbudi bahasa yang kadangkalanya dilakukan oleh belia masa kini adalah bercakap kasar, membuang sampah sesuka hati serta merosakkan harta benda awam.

Keupayaan Media Sosial Dalam Memperkasa Amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ Dalam Kalangan Belia

Secara keseluruhannya, dapatan kajian memperlihatkan bahawa, media sosial sememangnya berupaya untuk memperkasa amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ dalam kalangan belia di Malaysia pada masa kini. Hal ini kerana:

1. Kekerapan penggunaannya yang tinggi dalam kalangan belia
2. Dikatakan bersesuaian untuk digunakan bagi mendidik golongan belia
3. Mempunyai pelbagai kelebihan dan keistimewaan
4. Berupaya mengubah sikap belia menjadi lebih positif terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita.
5. Berupaya mempengaruhi tindakan dan perilaku belia terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita.

Sebab pertama (sila rujuk Jadual 7) yang memperlihatkan media sosial berupaya untuk memperkasa amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ dalam kalangan belia di Malaysia adalah kerana kekerapan penggunaannya yang tinggi dalam kalangan mereka. Hal ini dapat dilihat menerusi dapatan kajian yang menunjukkan bahawa media sosial digunakan oleh belia adalah sekerap 16-30 kali sebulan iaitu sebanyak 68.8%. Di samping itu, dapatan kajian juga memperlihatkan, terdapat tiga jenis media sosial yang paling banyak digunakan oleh belia iaitu pertama, *Facebook* (88.5%) kedua, *WhatsApp* (40%) dan ketiga, *Instagram* (39.3%).

Jadual 7: Kekerapan Penggunaan Media Sosial

Kekerapan Penggunaan Media Sosial	Bilangan	Peratus (%)
1-5 kali sebulan	50	12.5
6-15 kali sebulan	75	18.8
16-30 kali sebulan	275	68.8
Jumlah	400	100.0

Sebab yang kedua (sila rujuk Jadual 8) iaitu ia dikatakan bersesuaian untuk digunakan dalam mendidik golongan belia. Hal ini dapat dilihat menerusi maklum balas responden yang menyatakan pendirian mereka bahawa, media sosial sememangnya sesuai digunakan untuk mendidik golongan belia terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’.

Jadual 8: Kesesuaian Media Sosial

Media Sosial	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)
Media Sosial sesuai digunakan: Untuk mendidik golongan belia terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita'	146 (36.5%)	200 (50.0%)

Sebab yang ketiga (sila rujuk Jadual 9) iaitu ia dilihat mempunyai pelbagai kelebihan dan keistimewaan yang mana ia boleh membantu memperkasa dan mendidik amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' secara efektif dan berkesan dalam kalangan belia masa kini. Majoriti daripada responden menyatakan persetujuan iaitu dengan menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa antara keistimewaan dan kelebihan media sosial adalah kerana ia mampu menjangkau khalayak yang ramai, mesej dapat disampaikan dengan cepat, membolehkan mesej disampaikan secara kreatif, mesej dapat disampaikan dengan menarik, menjimatkan kos kerana ia adalah percuma, memudahkan penyampaian mesej, membenarkan komunikasi dua hala, boleh diakses dengan mudah, digunakan secara meluas oleh belia serta merupakan media yang menjadi pilihan belia dalam mendapatkan maklumat.

Jadual 9: Kelebihan dan Keistimewaan Media Sosial

Media Sosial	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)
Media Sosial boleh digunakan dalam mendidik amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' kerana:		
a) mampu menjangkau khalayak yang ramai	152 (38.0%)	201 (50.3%)
b) mesej dapat disampaikan dengan cepat	163 (40.8%)	214 (53.5%)
c) membolehkan mesej disampaikan secara kreatif	161 (40.3%)	212 (53.0%)
d) mesej dapat disampaikan dengan menarik	167 (41.8%)	205 (51.3%)
e) menjimatkan kos kerana ia adalah percuma	161 (40.3%)	206 (51.5%)
f) memudahkan penyampaian mesej	163 (40.8%)	216 (54.0%)
g) membenarkan komunikasi dua hala	157 (39.3%)	195 (48.8%)
h) boleh diakses dengan mudah	162 (40.5%)	205 (51.3%)

i) digunakan secara meluas oleh belia	171 (42.8%)	206 (51.5%)
j) merupakan media yang menjadi pilihan belia dalam mendapatkan maklumat	177 (44.3%)	198 (49.5%)

Sebab yang keempat (sila rujuk Jadual 10) iaitu ia berupaya mengubah sikap belia menjadi lebih positif terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ pula dapat dilihat apabila majoriti daripada responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa penggunaan media sosial dalam memperkasa amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ membuatkan mereka lebih sedar akan kepentingan mengaplikasikan amalan ini, semakin bersemangat untuk mengaplikasikan amalan ini, lebih memahami tentang amalan ini, lebih tertarik untuk mendapatkan maklumat tentang amalan ini serta lebih sayangkan negara Malaysia yang tercinta ini.

Jadual 10: Keupayaan Media Sosial Mengubah Sikap

Media Sosial	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)
Penggunaan Media Sosial dalam memperkasa amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ membuatkan saya:		
a) Lebih sedar akan kepentingan mengaplikasikan amalan ini	113 (28.3%)	238 (59.5%)
b) Semakin bersemangat untuk mengaplikasikan amalan ini	106 (26.5%)	202 (50.5%)
c) Lebih memahami tentang amalan ini	110 (27.5%)	243 (60.8%)
d) Lebih tertarik untuk mendapatkan maklumat tentang amalan ini	115 (28.8%)	212 (53.0%)
e) Lebih sayangkan negara kita	103 (25.8%)	196 (49.0%)

Sebab yang kelima (sila rujuk Jadual 11) iaitu ia berupaya mempengaruhi tindakan dan perilaku belia terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ dapat dilihat apabila majoriti daripada responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa apabila media sosial digunakan untuk mendidik amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’, mereka akan membaca mesej/maklumat yang disampaikan, akan terpengaruh dengan mesej/maklumat yang disampaikan, berkongsi mesej/maklumat tersebut dengan rakan-rakan, menyimpan mesej/maklumat yang disampaikan serta bertindak seperti yang disarankan oleh mesej/maklumat yang disampaikan.

Jadual 11: Keupayaan Media Sosial Mempengaruhi Tindakan dan Perilaku Responden

Media Sosial	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)
Apabila Media Sosial digunakan untuk mendidik amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita', saya:		
a) Membaca mesej/maklumat yang disampaikan	108 (27.0%)	248 (62.0%)
b) Akan terpengaruh dengan mesej/maklumat yang disampaikan	80 (20.0%)	175 (43.8%)
c) Berkongsi mesej/maklumat tersebut dengan rakan-rakan	100 (25.0%)	207 (51.8%)
d) Menyimpan mesej/maklumat yang disampaikan	90 (22.5%)	175 (43.8%)
e) Bertindak seperti yang disarankan oleh mesej/maklumat yang disampaikan	90 (22.5%)	182 (45.5%)

Dapatan kajian mengenai keupayaan media sosial dalam memperkasa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kalangan belia yang diperolehi melalui tinjauan soal selidik juga disokong oleh dapatan kajian yang diperolehi daripada responden menerusi maklum balas mereka terhadap temu bual kumpulan fokus yang telah dijalankan. Dapatan melalui tinjauan soal selidik memperlihatkan bahawa media sosial sememangnya berupaya dalam memperkasa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kalangan belia. Dapatan ini telah disokong oleh dapatan kajian yang diperolehi melalui temu bual kumpulan fokus yang menunjukkan bahawa responden memberikan tiga alasan kenapa media sosial dilihat berupaya dalam memperkasa amalan tersebut.

Alasan yang pertama ialah, media sosial merupakan media yang paling banyak digunakan oleh belia pada masa kini. Responden memaklumkan, media sosial digunakan secara meluas oleh belia adalah kerana ia mudah dan pantas digunakan. Mereka juga menegaskan bahawa media sosial merupakan media yang paling kerap digunakan dan menjadi pilihan belia dalam mendapatkan sesuatu maklumat dan informasi. Responden menyatakan, di antara waktu yang paling kerap mereka menggunakan media sosial ialah di antara pukul 8.00 malam sehingga pukul 11.00 malam. Ini adalah kerana waktu itu adalah waktu mereka berehat dan tidak terlibat dengan komitmen lain seperti belajar atau menghadiri kuliah. Mereka juga menyatakan, mereka akan memperuntukkan sekurang-kurangnya 30 minit setiap kali melayari media sosial. Jangka masa tersebut adalah bersesuaian dan bertepatan bagi mereka untuk membaca mesej, membalas mesej, melihat informasi mahu pun mencari informasi di dalam media sosial tersebut.

Alasan yang kedua adalah mereka merasakan bahawa media sosial mempunyai pelbagai keistimewaan dan kelebihan berbanding dengan media massa yang lain. Mereka berpendapat bahawa pada masa kini, media sosial adalah satu-satunya media yang paling cepat dalam mendapatkan sesuatu maklumat yang diperlukan. Faktor kecepatan merupakan keistimewaan yang paling ketara yang ada pada media sosial berbanding dengan media massa yang lain. Selain daripada itu juga, keistimewaan media sosial yang paling ketara dimaklumkan oleh responden adalah kerana ia membenarkan komunikasi dua hala iaitu membolehkan mereka untuk memberikan pandangan dan maklum balas terhadap sesuatu isu. Hal ini tidak dapat dilakukan di dalam media cetak mahu pun media elektronik. Jika boleh sekalipun, ia akan mengambil masa yang lama dan tidak efektif.

Alasan yang terakhir adalah mereka berpendapat bahawa media sosial lebih efektif dan berkesan dalam menyampaikan maklumat mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' kepada belia pada masa kini. Hal ini kerana, mereka memaklumkan bahawa, belia pada masa kini amat bergantung kepada media sosial untuk mendapatkan sesuatu maklumat. Di samping itu, responden juga berpendapat bahawa, media sosial lebih efektif dan berkesan dalam menyampaikan maklumat mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' kepada belia juga adalah kerana ia membolehkan mesej atau maklumat disampaikan secara kreatif, tambahan pula penggunaannya adalah percuma. Responden memaklumkan, ciri-ciri unik yang ada pada media sosial seperti boleh memasukkan mesej dalam bentuk video dan gambar, grafik, statistik dan pelbagai lagi dalam satu-satu masa adalah antara elemen yang membuatkan media sosial lebih efektif dan berkesan berbanding dengan media massa yang lain dalam menyampaikan maklumat dan mesej mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' kepada belia.

Faktor-Faktor Penarik Golongan Belia Kepada Amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' Melalui Penggunaan Media Sosial

Secara keseluruhannya, dapatan hasil kajian mengenai faktor-faktor penarik golongan belia kepada amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' melalui penggunaan media sosial memperlihatkan bahawa, terdapat tiga faktor penarik yang dikenal pasti iaitu:

1. bentuk mesej/maklumat yang disampaikan
2. sifat mesej/maklumat yang disampaikan
3. cara mesej/maklumat disampaikan dan diterjemahkan

Daripada segi bentuk mesej/maklumat yang disampaikan (sila rujuk Jadual 12), responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa mesej mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' yang disampaikan melalui Media Sosial akan menjadi lebih menarik jika disampaikan dalam bentuk lagu, gambar, pantun, syair, kata-kata hikmah, drama pendek, ungkapan dan kata-kata tokoh politik, ungkapan dan kata-kata pemimpin negara, ungkapan dan kata-kata ahli akademik, ungkapan dan nasihat ahli agama seperti ulama, ustaz dan ustazah serta ungkapan dan kata-kata selebriti seperti penyanyi, pelakon dan pengarah.

Jadual 12: Bentuk Mesej/Maklumat yang Disampaikan

Media Sosial	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)
Mesej mengenai amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ yang disampaikan melalui Media Sosial akan menjadi lebih menarik jika disampaikan dalam bentuk:		
a. Lagu	130 (32.5%)	215 (53.8%)
b. Gambar	129 (32.3%)	244 (61.0%)
c. Pantun	106 (26.5%)	179 (44.8%)
d. Syair	97 (24.3%)	160 (40.3%)
e. Kata-kata hikmah	131 (32.8%)	220 (55.0%)
f. Drama pendek	149 (37.3%)	204 (51.0%)
g. Ungkapan dan kata-kata tokoh politik	87 (21.8%)	162 (40.5%)
h. Ungkapan dan kata-kata pemimpin Negara	108 (27.0%)	170 (42.5%)
i. Ungkapan dan kata-kata ahli akademik	132 (33.0%)	196 (49.0%)
j. Ungkapan dan nasihat ahli agama (ulama, ustaz, ustazah)	179 (44.8%)	190 (47.5%)
k. Ungkapan dan kata-kata selebriti (penyanyi, pelakon, pengarah)	85 (21.3%)	130 (32.5%)

Daripada segi sifat mesej/maklumat yang disampaikan (sila rujuk Jadual 13), responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa mesej mengenai amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ yang disampaikan melalui media sosial harus bersifat memujuk, mengajak, mendorong, menaikkan motivasi, tegas, kelakar/lawak, santai/bersahaja dan mendidik.

Jadual 13: Sifat Mesej/Maklumat yang Disampaikan

Media Sosial	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)
Mesej mengenai amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ yang disampaikan melalui Media Sosial harus bersifat:		
a. Memujuk	119 (29.8%)	205 (51.3%)
b. Mengajak	130 (32.5%)	234 (58.5%)
c. Mendorong	149 (37.3%)	216 (54.0%)
d. Menaikkan motivasi	160 (40.0%)	216 (54.0%)
e. Tegas	109 (27.3%)	169 (42.3%)
f. Kelakar/lawak	142 (35.5%)	199 (49.8%)
g. Santai/bersahaja	146 (36.5%)	200 (50.0%)
h. Mendidik	184 (46.0%)	196 (49.0%)

Daripada segi cara mesej/maklumat disampaikan dan diterjemahkan (sila rujuk Jadual 14), responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahawa mereka akan tertarik dan berminat kepada mesej mengenai amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ yang disampaikan melalui media sosial apabila mesej yang disampaikan adalah jelas dan ringkas, mesej disampaikan secara kreatif (ada gambar, video), mesej disampaikan dengan terperinci, mesej disampaikan secara berulang-ulang, waktu penyampaian mesej yang bersesuaian, ayat yang digunakan adalah sopan dan tidak menyakitkan hati, laman ‘page’ tersebut adalah aktif iaitu selalu dikemaskini, laman ‘page’ tersebut mesra pengguna iaitu membolehkan perkongsian maklumat dan bertanya soalan, laman ‘page’ tersebut dikendalikan oleh pihak yang bertanggungjawab seperti Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan serta mudah dan jelas dibaca.

Jadual 14: Cara Mesej/Maklumat Disampaikan dan Diterjemahkan

Media Sosial	Sangat Setuju (%)	Setuju (%)
Saya akan tertarik/berminat kepada mesej mengenai amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ yang disampaikan melalui Media Sosial apabila:		
a. Mesej yang disampaikan adalah jelas dan ringkas	203 (50.8%)	187 (46.8%)
b. Mesej disampaikan secara kreatif (cth: ada gambar, video)	206 (51.5%)	185 (46.3%)
c. Mesej disampaikan dengan terperinci	149 (37.3%)	193 (48.3)
d. Mesej disampaikan secara berulang-ulang	122 (30.5%)	157 (39.3%)
e. Waktu penyampaian mesej yang bersesuaian	167 (41.8%)	198 (49.5%)
f. Ayat yang digunakan adalah sopan dan tidak menyakitkan hati	189 (47.3%)	191 (47.8%)
g. Laman ‘page’ tersebut adalah aktif (selalu dikemaskini)	179 (44.8%)	189 (47.3%)
h. Laman ‘page’ tersebut mesra pengguna (cth: boleh berkongsi maklumat, bertanya soalan)	185 (46.3%)	189 (47.3%)
i. Laman ‘page’ tersebut dikendalikan oleh pihak yang bertanggungjawab (cth: Kementerian Penerangan, Komunikasi dan Kebudayaan)	145 (36.3%)	177 (44.3%)
j. Mudah/jelas dibaca	214 (53.5%)	173 (43.3%)

Dapatan kajian mengenai faktor-faktor penarik golongan belia kepada amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ melalui penggunaan media sosial yang diperolehi melalui tinjauan soal selidik juga disokong oleh dapatan kajian yang diperolehi daripada responden menerusi maklum balas mereka terhadap temu bual kumpulan fokus yang telah dijalankan.

Dapatan melalui tinjauan soal selidik memperlihatkan bahawa, terdapat tiga faktor penarik golongan belia kepada amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’ melalui penggunaan media sosial. Dapatan kajian tersebut telah disokong oleh dapatan kajian yang diperolehi melalui temu bual kumpulan fokus yang memperlihatkan bahawa responden juga bersetuju bahawa tiga faktor penarik tersebut sememangnya boleh menarik minat dan perhatian mereka terhadap amalan ‘Budi Bahasa Budaya Kita’.

Daripada segi bentuk mesej/maklumat yang disampaikan, responden memaklumkan, mesej/maklumat tersebut haruslah disampaikan secara sekreatif yang boleh seperti dalam bentuk lagu dan drama pendek. Hal ini amat penting kerana jika mesej/maklumat disampaikan secara kreatif, ia membuatkan golongan belia lebih tertarik untuk melihat mesej/maklumat tersebut seterusnya akan berupaya untuk mempengaruhi mereka mengaplikasikan amalan berbudi bahasa seperti yang dinyatakan di dalam mesej/maklumat yang disampaikan tersebut.

Daripada segi sifat mesej/maklumat yang disampaikan, dapatan kajian menerusi temu bual kumpulan fokus mendapati, responden memaklumkan bahawa mesej/maklumat tersebut haruslah bersifat positif seperti mendidik dan menaikkan motivasi. Penyampaian mesej/maklumat mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' yang bersifat negatif seperti memerli, mengungut, marah dan kasar haruslah dielakkan kerana ia akan membuatkan belia tawar hati dan tidak berminat untuk melihat mesej/maklumat tersebut apatah lagi untuk berkongsi mesej/maklumat tersebut dengan orang lain.

Daripada segi cara mesej/maklumat disampaikan pula, responden memaklumkan bahawa mereka akan tertarik dan berminat kepada mesej/maklumat mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' yang disampaikan melalui media sosial adalah apabila mesej tersebut disampaikan secara jelas dan ringkas. Jelas membawa maksud ia disampaikan menggunakan perkataan yang mudah dan bersifat terus terang tanpa makna yang terlindung. Manakala ringkas pula membawa maksud tidak disampaikan secara panjang lebar tetapi cukup sekadar memberikan makna yang sebenar. Di samping itu, responden juga memaklumkan, mereka akan tertarik dan berminat kepada mesej/maklumat mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' yang disampaikan melalui media sosial adalah apabila mesej tersebut disampaikan secara kreatif. Dalam hal ini, kreatif mmbawa maksud menarik, tidak membosankan dan unik. Sebagai contoh, responden memaklumkan mesej/maklumat mengenai amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' boleh disampaikan melalui video dan iklan.

KESIMPULAN

Berdasarkan dapatan kajian yang diperolehi, ternyata ketiga-tiga objektif penyelidikan yang dibina telah berjaya dicapai oleh pengkaji. Objektif pertama iaitu untuk memahami pengetahuan, sikap dan tingkah laku golongan belia terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' tercapai apabila dapatan kajian memperlihatkan pengetahuan responden yang tinggi tentang amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita'. Sikap pula menunjukkan bahawa responden sememangnya mempunyai sikap yang baik dan positif terhadap amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita'. Daripada segi tingkah laku responden pula, ia menunjukkan bahawa sikap responden berada di tahap sederhana.

Objektif yang kedua pula iaitu untuk mengenal pasti keupayaan media sosial dalam memperkasa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' pula jelas menunjukkan

bahawa media sosial sememangnya berupaya untuk memperkasa amalan murni tersebut. Objektif yang ketiga iaitu untuk mengenal pasti dan mencadangkan faktor-faktor penarik golongan belia kepada amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' pula mendapati terdapat tiga faktor penarik yang boleh menarik golongan belia kepada amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' yang merangkumi bentuk, sifat dan cara mesej/maklumat disampaikan. Dengan terjawabnya ketiga-tiga objektif kajian tersebut, diharapkan dapatan kajian ini akan membantu pihak yang bertanggungjawab dalam memperkasa amalan 'Budi Bahasa Budaya Kita' dalam kalangan belia masa kini agar amalan ini dijadikan sebagai amalan seharian mereka.

RUJUKAN

- Ahmad Irfan, H. 2013. Generasi Y Malaysia Boleh dan Wajar Goncang Dunia. *The Malaysian Insider*. (<http://www.themalaysianinsider.com/rencana/article/generasi-y-malaysia-boleh-dan-wajar-goncang-dunia-ahmad-irfan-hani>).
- Ahmad Mahdzan, A. 2005. *Kaedah Penyelidikan Sosioekonomi (Edisi Ketiga)*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Boyd, D. & Hargittai, E. 2010. Facebook Privacy Srtting: Who Cares. *First Monday Peer Reviewed Journal On the Internet*, 15(8). Diambil daripada <http://firstmonday.org/article/view/3086/2589> .
- Collier, A. & Magid, L. 2012. *A Parents' Guide to Facebook (Revised 2012 Edition)*. ConnectSafely: I keep safe.
- Dini, N. 2013. Idealisme Gen-Y dan beza kami dengan Baby Boomers. Diambil daripada <http://www.themalaysianinsider.com/rencana/article/idealisme-gen-y-dan-beza-kami-dengan-baby-bloomers-dini-nurhani>
- Gunter, S.K. 2011. *Teach Yourself Facebook*. United States of America: Pearson Education.
- Haziq, A. 2013. Generasi Y, Generasi Teknologi Maklumat. *The Malaysian Insider*. Diambil daripada <http://www.themalaysianinsider.com/rencana/article/generasi-y-generasi-teknologi-maklumat-haziq-asyraf>
- Jamilah Ahmad, Nurzali Ismail & Nur Nasliza Arina Mohamad Nasir. 2015. Investigating Malaysian Youth's Social Media Usage, Competencies and Practice with Regard to Crime Prevention: An Application of the Social Media Literacy Model. *Second International Conference on Media, Communication and Culture ICMCC 2015*. Vistana Hotel. 30 November – 2 December 2015.

- Hanson, G., Haridakis, P.M., Cunningham, A.W., Sharma, R. & Ponder, J.D. 2010. The 2008 Presidential Campaign: Political Cynicism in the age of Facebook, MySpace and YouTube. *Journal Mass Communication and Society*, 1(1), 1-19.
- Kementerian Penerangan Komunikasi dan Kebudayaan. 2011. Kempen Budi Bahasa Diraccakkan Semula. Diambil daripada <http://kpdnkk.bernama.com/newsBm.php?id=569900>
- Kementerian Penerangan Malaysia. 2015. Diambil daripada <http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/budaya/5697-budi-bahasa-budaya-kita.html>.
- Kementerian Penerangan Malaysia. 2008. Budi Bahasa Budaya Kita. Diambil daripada <http://pmr.penerangan.gov.my/index.php/budaya/5697-budi-bahasa-budaya-kita.html>
- Ketua Setiausaha Negara Malaysia (KSN). 2013. Siri Syarahan Tahunan KSN 2013. Laman Web Rasmi Ketua Setiausaha Negara Malaysia (KSN). Diambil daripada (<http://www.pmo.gov.my/ksn/home.php?frontpage/speech/detail/1903>).
- Ku Seman, K.H. 2013. Buktikan Budi Bahasa Budaya Kita. *Utusan Malaysia*. Diambil daripada http://ww1.utusan.com.my/utusan/Rencana/20130210/re_12/Buktikan-budi-bahasa-budaya-kita
- Mazer, J.P., Murphy, R.E. & Simonds, C.J. 2009. The Effects of Teacher Self-Disclosure via Facebook on Teacher Credibility. *Journal Learning, Media and Technology*, 34(2), 175–183.
- Norazlina, I. 2013. Budi Bahasa Makin Terhakis. *Utusan Malaysia*. Diambil daripada http://www.utusan.com.my/utusan/Keluarga/20131010/ke_04/Budi-bahasa--makin-terhakis
- Nur Nasliza Arina, M.N. & Jamilah, A. 2013. Can Facebook be an Effective Tool in Disseminating Environmental Messages to Society? A Case Study of 12 Environmental Non-Governmental Organisations (ENGO) in Malaysia. *IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS)*, 16(1), 38-44.
- Shih, C. 2011. *The Facebook Era: Tapping Online Social Networks to Market, Sell, and Innovate*. United States: Pearson Education.
- Siti Ezaleila, M. & Azizah, H. 2010. Media Sosial: Tinjauan Terhadap Laman Jaringan Sosial Dalam Talian Tempatan. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 12(2), 37-52.

- Siti Raba'ah, H., Turiman, S., Azimi, H. & Ezhar, T. 2013. Tingkah Laku Hedonistik dalam kalangan Belia di Institusi Pengajian Tinggi. *Malaysian Journal of Youth Studies*, 8, 125-146.
- Siti Shamsiah, M.S. 2012. Budi Bahasa Cermin Peradaban Bangsa. (<http://www.ikim.gov.my/index.php/ms/utusan-malaysia/6706-budi-bahasa-cermin-peradaban-bangsa>).
- Socialbakers. 2014. Statistik Media yang Menjadi Pilihan Gen Y Pada Januari 2014. Diambil daripada <http://analytics.socialbakers.com/?ref=gads&gclid=CP6u3O2jrb0CFelb4godmTYA6g>.
- Statistik Media Mengikut Pilihan Gen Y di Malaysia Pada September 2014. 2014. Diambil daripada <http://www.socialbakers.com>
- Statistik Media Sosial Paling Populer di Malaysia Pada 2013. 2013. Diambil daripada Alexa.com
- Statistik Penembusan Media Sosial Mengikut Negara di Asia Pasifik Sehingga Bulan Januari 2014. 2014. Diambil daripada wearesocial.sg.
- Statistik Pengguna Aktif Platform Sosial di Malaysia Sehingga Disember 2014. 2014. Diambil daripada wearesocial.sg.
- Susilo, A. 2008. Use of Facebook for Academic Learning in Universitas Terbuka – Indonesia. *AAOU Journal*, 3(2), 99-114.
- Wan Mohd Ruzlan, W.O. 2011. Minda: Kemajuan hambar tanpa budi bahasa. *Harian Metro*. Diambil daripada http://www2.hmetro.com.my/articles/Minda_Kemajuanhambartanpabudibahasa/Article

Profil Penulis:

Jamilah Ahmad, PhD

Profesor Madya

Pusat Pengajian Komunikasi

Universiti Sains Malaysia

Email: jahmad@usm.my

Nur Nasliza Arina Mohamad Nasir

Pelajar Doktor Falsafah (Komunikasi)

Pusat Pengajian Komunikasi

Universiti Sains Malaysia

nasliza.usm@gmail.com