



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

***WACANA INSTAGRAM DALAM KALANGAN AHLI POLITIK TERPILIH DI
MALAYSIA***

NUR FIRZA SHAFIQA BINTI KHALID

FBMK 2020 58



**WACANA INSTAGRAM DALAM KALANGAN AHLI POLITIK TERPILIH DI
MALAYSIA**



**Tesis ini dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah,
Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah
Master Sastera**

September 2019

HAK CIPTA

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini, termasuk tanpa had teks, logo, ikon, gambar dan semua karya seni lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya. Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersil daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersil bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia.

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia



Abstrak tesis ini dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Master Sastera

WACANA INSTAGRAM DALAM KALANGAN AHLI POLITIK TERPILIH DI MALAYSIA

Oleh

NUR FIRZA SHAFIQA BINTI KHALID

September 2019

Pengerusi : Prof. Normaliza Abd Rahim, PhD
Fakulti : Bahasa Moden dan Komunikasi

Media sosial Instagram semakin diminati oleh semua lapisan masyarakat termasuklah golongan usahawan, anak seni, mahupun ahli politik. Kebelakangan ini, ramai ahli politik mula bergiat aktif di Instagram sebagai wadah penyebaran maklumat dan meraih sokongan rakyat. Seiringan dengan itu, kajian ini telah memfokuskan penulisan kapsyen dan komen di media sosial Instagram ahli politik dengan berlandaskan dua objektif, iaitu mengenal pasti wacana kapsyen Instagram dalam kalangan ahli politik dan menganalisis interpretasi komen masyarakat melalui Instagram ahli politik terpilih. Kajian ini dijalankan menggunakan kaedah kualitatif, iaitu menganalisis teks daripada kapsyen dan komen di Instagram yang berpaksikan Teori Analisis Wacana. Kajian ini telah memilih 5 orang ahli politik secara rawak bertujuan kerana pemilihannya dibuat berdasarkan faktor ketokohan ahli politik tersebut. Seterusnya, sebanyak 100 kapsyen telah dipilih berdasarkan 5 ahli politik untuk dianalisis menerusi objektif yang pertama manakala sebanyak 45 komen masyarakat telah dipilih secara rawak bagi menganalisis objektif kedua. Keputusan kajian objektif pertama menunjukkan bahawa, wacana teks yang ditulis oleh ahli politik berperanan mempunyai peranan dalam mewujudkan konteks bahasa yang tersusun, kontekstual dan mudah diterima oleh pengguna bahasa. Keputusan objektif kedua pula menunjukkan wujudnya segelintir masyarakat yang telah menulis komen dengan melakukan pengandaian sendiri dan mengikut perasaan hingga mencetuskan kesan marah, kecewa dan gembira. Implikasi kajian ini jelas menunjukkan bahawa penggunaan media sosial Instagram dapat merapatkan hubungan antara ahli politik dengan masyarakat melalui penyaluran dan penerimaan maklumat khususnya berkaitan dengan isu politik Akhir sekali, diharapkan kajian mendatang dapat mengkaji wacana teks dalam bidang yang lain misalnya bidang kesihatan ataupun kekal memfokuskan bidang politik tetapi menggunakan media sosial yang berlainan.

Abstract of thesis presented to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfillment of the requirement for the Degree of Master of Arts

INSTAGRAM DISCOURSE AMONG SELECTED POLITICIANS IN MALAYSIA

By

NUR FIRZA SHAFIQA BINTI KHALID

September 2019

Chair : Prof. Normaliza Abd Rahim, PhD
Faculty : Bahasa Moden dan Komunikasi

Instagram is a social media that is getting increasingly favoured by all levels of society including entrepreneurs, artistes, as well as politicians. Lately, many politicians have begun to be actively involved in Instagram as a platform for dissemination of information and gaining the people's support. In line with that, this study has focused on captions and comments in Instagram social media postings of politicians based on two objectives. which are identifying Instagram caption discourse among politicians, and analysing commentary interpretations of society through Instagram postings of selected politicians. This study was conducted using the qualitative approach by analysing texts from captions and comments in Instagram based on the Theory of Discourse Analysis. Five politicians were selected randomly based on their stature. Then, 100 captions were selected from the five politicians and analysed according to the first objective; while 45 comments were selected randomly from society and analysed based on the second objective. The results for the first objective showed that textual discourse by the politicians played an important role in creating language contexts that were organised, contextual, and easily deciphered by language users. However, the results for the second objective showed that a fraction of society commented based on individual assumptions, and according to their emotions that may lead to feelings of anger, frustrations or happiness. The implications of this study clearly showed that the use of Instagram is able to strengthen the relationship between politicians and society through dissemination and acceptance of information especially on political issues. Lastly, it is hopeful that future research is conducted to look into textual discourse in other fields, for example medicine, or continue to focus on politics but through other social media.

PENGHARGAAN

Bismillahirrahmanirahim.

Alhamdulillah, bersyukur ke hadrat Allah S.W.T kerana dengan izin dan rahmatNya, akhirnya dapat menyempurnakan Tesis Bahasa Melayu sebagai syarat memenuhi kehendak bergraduan bagi memperoleh Ijazah Sarjana Bahasa Melayu

Terlebih dahulu, dengan kesempatan ini ingin menzahirkan perasaan syukur dan ingin merakamkan setinggi penghargaan dengan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu bagi melaksanakan kajian ini. Penghargaan yang tidak terhingga turut diucapkan kepada Prof. Dr. Normaliza Abd Rahim selaku penyelia di atas kesabaran dan dedikasi beliau dalam membimbing, memberi nasihat, tunjuk ajar dan juga teguran yang berterusan untuk memastikan kajian ini berada pada landasannya.

Terima kasih tidak terhingga juga kepada ahli keluarga kerana telah banyak membantu dan memberi dorongan agar dapat menyempurnakan kajian ini dengan sebaik mungkin. Begitu juga dengan rakan-rakan seperjuangan yang sering membantu apabila memerlukan. Akhir kata, ribuan penghargaan kepada semua yang terlibat baik secara langsung mahupun tidak. Sekian, wassalam.

Nur Firza Shafiqah Binti Khalid
GS54614
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia.



Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk Ijazah Master Sastera. Ahli Jawatankuasa Penyeliaan adalah seperti berikut

Normaliza Abd Rahim, PhD

Profesor
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Roslina Mamat, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Ahli)

ZALILAH MOHD SHARIFF, PhD
Profesor dan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh: 10 Disember 2020

Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa:

- Tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- Setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- Tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini, dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di universiti putra malaysia atau di institusi lain;
- Hak milik intelek dan hakcipta tesis ini adalah hak milik mutlak universiti putra malaysia, mengikut kaedah-kaedah universiti putra malaysia (penyelidikan) 2012;
- Kebenaran bertulis daripada penyelia dan pejabat timbalan naib canselor (penyelidikan dan inovasi) hendaklah diperoleh sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, modul pembelajaran atau material lain seperti yang dinyatakan dalam kaedah-kaedah universiti putra malaysia (penyelidikan) 2012;
- Tiada plagiat atau pemalsuan/fabrikasi data dalam tesis ini, dan integriti ilmiah telah dipatuhi mengikut kaedah-kaedah universiti putra malaysia (pengajian siswazah) 2003 (semakan 2012-2013) dan kaedah-kaedah universiti putra malaysia (penyelidikan) 2012. Tesis telah diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: _____ Tarikh: _____

Nama dan No. Matrik: Nur Firza Shafiqah binti Khalid (GS54614)

Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyeliaan:

Dengan ini, diperakukan bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis ini adalah di bawah seliaan kami;
- tanggungjawab penyeliaan sebagaimana yang dinyatakan dalam Kaedah Kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) telah dipatuhi.

Tandatangan:

Nama Pengerusi **Normaliza Abd Rahim, PhD**
Jawatankuasa **Profesor**
Penyeliaan: **Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi**
Universiti Putra Malaysia

Tandatangan:

Nama Ahli **Roslina Mamat, PhD**
Jawatankuasa **Profesor Madya**
Penyeliaan: **Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi**
Universiti Putra Malaysia

SENARAI KANDUNGAN

	Halaman
ABSTRAK	i.
ABSTRACT	ii.
PENGHARGAAN	iii.
PENGESAHAN	iv.
PERAKUAN	v.
SENARAI JADUAL	xi.
SENARAI SINGKATAN	xii.
BAB	
1 PENDAHULUAN	
1.1 Pengenalan	1
1.2 Latar belakang kajian	1
1.3 Permasalahan kajian	4
1.4 Persoalan kajian	5
1.5 Objektif kajian	5
1.6 Kepentingan kajian	6
1.6.1 Masyarakat	6
1.6.2 Ahli politik	6
1.6.3 Pengguna <i>Instagram</i>	6
1.6.4 Individu	6
1.6.5 Penyelidik	7
1.7 Batasan kajian	7
1.8 Definisi operasional	9
1.8.1 Wacana <i>Instagram</i>	9
1.8.2 Ahli politik di Malaysia	9
1.9 Kesimpulan	10
2 SOROTAN KAJIAN	
2.1 Pengenalan	11
2.2 Kajian tentang analisis wacana	11
2.3 Kajian tentang penggunaan <i>Instagram</i>	17
2.4 Jurang penyelidikan	22
2.5 Kesimpulan	23
3 METODOLOGI	
3.1 Pengenalan	24
3.2 Reka bentuk kajian	24
3.3 Kaedah kajian	24
3.3.1 Sampel kajian	24

3.3.2	Instrumen	27
3.3.3	Prosedur	29
3.3.4	Teori	29
	3.3.5.1 Teori analisis wacana	30
3.3.5	Analisis data	31
	3.3.5.1 Analisis data objektif 1	31
	3.3.5.2 Analisis data objektif 2	33
3.4	Kerangka konseptual	35
3.5	Kesimpulan	36
4	KEPUTUSAN DAN PERBINCANGAN	
4.1	Pengenalan	37
4.2	Wacana kapsyen Instagram berdasarkan pola penggunaan bahasa	37
	4.2.1 Pola penggunaan bahasa berdasarkan tema keprihatinan	38
	4.2.2 Pola penggunaan bahasa berdasarkan tema keagamaan	44
	4.2.3 Pola penggunaan bahasa berdasarkan tema perpaduan	49
4.3	Interpretasi komen masyarakat melalui <i>Instagram</i> ahli politik terpilih di Malaysia	54
	4.3.1 Interpretasi terhadap komen S1	54
	4.3.2 Interpretasi terhadap komen S2	59
	4.3.3 Interpretasi terhadap komen S3	65
	4.3.4 Interpretasi terhadap komen S4	71
	4.3.5 Interpretasi terhadap komen S5	76
4.4	Kesimpulan	82
5	KESIMPULAN	
5.1	Pengenalan	84
5.2	Rumusan	84
5.3	Implikasi	85
	5.3.1 Golongan politik dan masyarakat	85
	5.3.2 Berkepentingan bagi rujukan pengkaji mendatang	85
	5.3.3 Pengguna media sosial kebertanggungjawaban individu	86
5.4	Kebaharuan	86
5.5	Cadangan	86
	5.5.1 Penguasaan bahasa Melayu dalam kapsyen pengiklanan <i>Instagram</i> (IG Review)	86
	5.5.2 Penggunaan bahasa Melayu di <i>Instagram</i> pakar kesihatan	87

5.5.3	Pendekatan bahasa Melayu di media sosial dalam kalangan ahli politik	87
5.6	Penutup	88
BIBLOGRAFI		89
LAMPIRAN		100
BIODATA PELAJAR		136
PENERBITAN		137



SENARAI JADUAL

Jadual		Muka surat
1.	Model Penerimaan Teknologi (Normaliza Abd Rahim, 2019b)	1
2.	Batasan dan justifikasi.	7
3.	Senarai Ahli Politik dan Kriteria Pemilihan.	24
4.	Teori Analisis Wacana oleh Nomaliza Abd Rahim (2019a)	30
5.	Sistem kod objektif 1	32
6.	Contoh analisis data objektif 1	32
7.	Sistem kod objektif 2	33
8.	Contoh analisis data objektif 2	34
9.	Jumlah tema kapsyen <i>Instagram</i> ahli politik	37
10.	Tema keprihatinan	38
11.	Tema keagamaan	44
12.	Tema perpaduan	49
13.	Aspek pendapat dalam kapsyen S1	54
14.	Aspek perujukan dalam kapsyen S1	56
15.	Aspek persoalan dalam kapsyen S1	57
16.	Aspek pendapat dalam kapsyen S2	59
17.	Aspek perujukan dalam kapsyen S2	61
18.	Aspek persoalan dalam kapsyen S2	63
19.	Aspek pendapat dalam kapsyen S3	65
20.	Aspek perujukan dalam kapsyen S3	66
21.	Aspek persoalan dalam kapsyen S3	69
22.	Aspek pendapat dalam kapsyen S4	71
23.	Aspek perujukan dalam kapsyen S4	72
24.	Aspek persoalan dalam kapsyen S4	74
25.	Aspek pendapat dalam kapsyen S5	76
26.	Aspek perujukan dalam kapsyen S5	78
27.	Aspek persoalan dalam kapsyen S5	80

SENARAI SINGKATAN

S	Subjek
K	Kapsyen
SPd	Subjek Pendapat
SPr	Subjek Perujukan
SPs	Subjek Persoalan



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Bahagian ini akan menerangkan latar belakang kajian yang dijalankan khususnya berkaitan wacana tekstual di media sosial *Instagram* dengan memberi penumpuan terhadap ahli politik di Malaysia. Sehubungan dengan itu, kajian ini akan menggunakan teori analisis wacana sebagai paksi utama dalam menganalisis data agar lebih terperinci sekali gus dapat menjawab permasalahan dan persoalan yang dihadapi untuk dijadikan objektif kajian. Bersangkutan itu, bahagian ini turut menerangkan kepentingan kajian serta melakukan pembatasan mengikut kesesuaian dan kehendak kajian.

1.2 Latar Belakang

Dasawarsa ini, kemajuan teknologi di zaman moden tidak dapat disangkal lagi terutamanya dalam bidang teknologi baharu seperti teknologi komputer, media digital, rangkaian komunikasi dan juga teknologi berasaskan internet. Menurut Normaliza Abd Rahim (2020), wacana media sosial dan wacana teknologi adalah dua perkara yang berbeza. Hal ini jelas wacana media sosial terdiri daripada *Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, e-mel* dan sebagainya manakala wacana teknologi terdiri daripada wawancara televisyen, animasi, filem, drama, dan sebagainya. Walau bagaimanapun, model penerimaan teknologi (Jadual 1 di bawah) telah diperkenalkan oleh Normaliza Abd Rahim (2019b) sebagai kesaksamaan dalam penerimaan pengguna terhadap teknologi digital kini.

Faktor dalaman	Faktor luaran
<ul style="list-style-type: none">• Keselesaan• Faham• Percaya• Tumpuan• Sikap• Keberkesanan diri	<ul style="list-style-type: none">• Mudah penggunaan• Sistem yang berkualiti• Pengaruh• Kepentingan (usefulness)

Jadual 1: Model Penerimaan Teknologi (Normaliza Abd Rahim, 2019b).

Jadual 1 di atas adalah Model Penerimaan Teknologi oleh Normaliza Abd Rahim (2019b) yang mengandungi dua faktor iaitu faktor dalaman dan luaran. Model Penerimaan Teknologi tersebut telah memainkan peranan penting dalam kehidupan seharian pengguna teknologi agar mereka dapat memanfaatkan dan menggunakan teknologi dengan selesa. Faktor pertama

adalah faktor dalaman yang merangkumi keselesaan, faham, percaya, tumpuan, sikap dan juga keberkesanan diri. Manakala faktor kedua adalah faktor luaran yang merangkumi mudah penggunaan, sistem berkualiti, pengaruh dan juga kepentingan. Tidak dapat disangkal bahawa kedua-dua faktor dalam Model Penerimaan Teknologi oleh Normaliza Abd Rahim (2019b) amat memberi kepentingan tersendiri kepada pengguna teknologi.

Ekoran dari itu, kemajuan teknologi kini telah mendominasi platform penyebaran maklumat kerana segala informasi dapat disalurkan dengan cara paling efektif, mudah dan pantas. Hal ini berbeza dengan media lama atau dikenali sebagai media tradisional seperti media cetak, media siaran, dan juga media elektronik. Menurut Wan Idros Wan Sulaiman et al. (2017), kemajuan teknologi telah mengubah bentuk komunikasi manusia melalui beberapa frasa perkembangan sekali gus menjadikan penggunaan media sosial dalam kalangan masyarakat semakin berkembang maju. Walaupun demikian, sejak akhir-akhir ini, perkembangan teknologi telah membawa kepada cetusan kecanggihan media sosial kerana pengguna dapat mengakses sesuatu aplikasi dengan menggunakan alat mudah alih dan hanya bergantung pada akses internet (Sohana Abdul Hamid, 2016). Sehubungan dengan itu, bagi merealisasikan kemampuan tersebut, media sosial perlu menggabungkan tiga elemen utama iaitu teknologi, perbualan, dan perkongsian maklumat (Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah, 2011).

Pada hakikatnya, kemudahan yang tersedia di media sosial telah dianggap sebagai membentuk ikatan sosial tanpa batasan dalam kalangan manusia. Dalam pada itu, gabungan elemen multimedia seperti video, gambar, teks dan juga audio telah memudahkan pengguna untuk berinteraksi, berbincang, menghantar dan berkongsi maklumat secara atas talian (Wan Idros Wan Sulaiman et al., 2017). Sehubungan itu, penggunaan telefon pintar atau gajet diikuti dengan kemajuan internet mampu melonjakkan teknologi dalam kehidupan manusia ke suatu tahap yang penting pada masa hadapan. Tambahan lagi, penggunaan media sosial dalam negara Malaysia juga bukan suatu perkara yang asing. Hal ini demikian kerana kemunculan kepelbagaian teknologi berasaskan internet telah mencetuskan pelbagai pilihan kepada pengguna media sosial. Dalam pada itu, kecanggihan gajet dan internet juga menjadikan sesebuah media sosial berkembang dengan pesat dan memudahkan pengguna untuk mengakses segala aplikasi seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube* dan lain-lain (Mohd Azul Mohammad Salleh & Nurul Madiha Mohd Ilham, 2017).

Menyentuh tentang media sosial, Gilberston (2010) menyatakan bahawa sejarah perkembangan media sosial bermula pada tahun 1978 dengan penemuan sistem papan buletin oleh Ward Christensen dan Randy Suess yang membolehkan pengguna memuat turun segala informasi. Lantaran itu, papan buletin ini berfungsi sebagai medium komunikasi yang menggunakan surat elektronik dan memerlukan penggunaan internet pada saluran telefon berteknologi tinggi. Setelah itu, pelbagai jaringan media sosial telah wujud dan semakin berkembang dari tahun ke tahun. Misalnya, jaringan sosial

SixDegree.com merupakan media sosial pertama diwujudkan pada tahun 1997 (*richworksnow.com*) dengan mempunyai ciri-ciri profil, pesanan dan juga rakan. Rentetan dengan itu, media sosial kian berkembang kepada media *Blogger* yang wujud pada tahun 1999, *MySpace* pada tahun 2003, *Facebook* pada tahun 2004 dan kian berkembang sejak tahun 2006 sehingga ke hari ini, serta kemunculan pelbagai aplikasi media sosial yang baharu seperti *Wechat*, *Twitter*, *Instagram* dan banyak lagi (Nor Aslamiah Ali, 2012).

Sehubungan dengan itu, kajian ini hanya tertumpu pada penggunaan media sosial *Instagram*. Hal ini kerana, penggunaan *Instagram* semakin mendapat perhatian pengguna media sosial bukan sahaja di negara Malaysia, bahkan di seluruh dunia. Secara dasarnya, *Instagram* berada dalam kategori media sosial jenis perkongsian media kerana *Instagram* merupakan sejenis aplikasi yang membenarkan pengguna untuk menyebarkan dan memuat naik segala informasi yang berbentuk multimedia seperti teks, gambar, audio dan lain-lain lagi (MAMPU). Menurut Mottola (2016), *Instagram* telah diasaskan oleh dua orang pengusaha yang bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger bermula pada tahun 2010. Perkataan *Instagram* adalah gabungan dua istilah, iaitu "Instan" yang membawa maksud cepat atau mudah dan juga merujuk kepada kamera *polaroid* yang boleh mencetak gambar dalam beberapa saat sahaja. Seterusnya, perkataan "Gram" diambil daripada istilah *Telegram* yang membawa maksud medium pengirim informasi. Jelaslah bahawa, istilah *Instagram* membawa maksud penyampai maklumat bergambar yang cepat (MJ Suhaimi, 2018).

Selanjutnya, menurut MJ Suhaimi (2018), sebelum kemunculan nama *Instagram*, pengasas utama *Instagram* yang bernama Kevin telah terinspirasi dari aplikasi minuman keras dan menamakannya sebagai *Burbn*. Rentetan dengan itu, aplikasi *Burbn* ini telah dinilai dan diperbaharui semula dengan memfokuskan kepada satu perkara sahaja iaitu gambar. Dalam pada itu, *Burbn* juga telah memperincikan teknik fotografi bertujuan untuk mencantikkan gambar dengan penambahan elemen *filter*. Namun begitu, aplikasi *Burbn* ini masih mempunyai kekurangan dari aspek sosial dan telah ditambahbaik dengan penggunaan "komen" dan "like" (*anakkost.tv*). Pada masa yang sama, pengasasnya telah melakukan penjenamaan semula aplikasi *Burbn* kepada *Instagram*. Kemudian, setelah lapan minggu *Instagram* ditubuhkan, Kevin dan Krieger telah berkongsi aplikasi *Instagram* tersebut kepada rakan-rakan mereka untuk dijadikan sebagai bahan uji kaji dan melakukan baik pulih terhadap beberapa masalah yang telah dikenal pasti sebelum melancarkan penggunaannya. Akhirnya, pada 6 Oktober 2010 adalah tarikh rasmi pelancaran aplikasi *Instagram* (*medium.com*).

Pada hakikatnya, seiring dengan kemajuan yang dialami *Instagram*, terdapat beberapa pihak ingin turut serta dalam memajukan aplikasi tersebut. Menurut McDuling (2014), pengasas *Twitter*, iaitu Jack Dorsey telah melakukan penawaran sebanyak USD500 kepada pengasas *Instagram* pada tahun 2011 tetapi penawaran tersebut telah ditolak. Setelah itu, pengasas *Instagram* sekali lagi mendapat tawaran oleh Mark Zuckerberg, iaitu pengasas *Facebook*

dengan penawaran sebanyak USD 1 billion dan telah diterima oleh Kevin dan Krieger pada tahun 2012 (Eka Indriani, 2017). Ini bermakna *Instagram* telah menjadi milik *Facebook* yang sah sehingga ke hari ini. Kebelakangan ini, aplikasi *Instagram* yang semakin canggih dengan penambahan beberapa kandungan seperti mesej secara terus (direct message), iaitu pengguna dapat menulis atau menyampaikan pesanan kepada orang yang diigini secara tertutup. Tambahan lagi, *Instagram* juga mempunyai video pendek *Instagram* atau dikenali sebagai (*Story IG*). Kegunaan video pendek tersebut membolehkan pengguna berkongsi pelbagai gambar dan video tanpa kluatir jumlah penghantaran (post). Hal ini demikian kerana, video pendek tersebut tidak mempunyai had penghantaran namun segalanya akan hilang dalam tempoh waktu 24 jam (Noraien Mansor & Normaliza Abd Rahim, 2017a). Seterusnya, *Instagram* juga memperkenalkan siaran langsung *Instagram (IG Live)* dan terbaharu adalah *IGTV* yang membolehkan pengguna memuat naik video dalam durasi masa yang panjang berbanding sebelum ini. Menyedari hakikat tersebut, kecanggihan yang ada pada *Instagram* telah menjadi aplikasi *Instagram* sesuatu yang berbeza daripada aplikasi yang lain seperti *Twitter*, *Youtube*, *Flickr*, *Telegram*, dan lain-lain. (Noraien Mansor & Normaliza Abd Rahim, 2017a; Noraien Mansor & Normaliza Abd Rahim, 2019).

Akhir sekali, keistimewaan *Instagram* telah menyebabkan ramai pengguna memuat turun aplikasi tersebut sekali gus telah menjadi pilihan kegemaran pengguna di seluruh dunia dengan mencatat sebanyak 500 juta pengguna setakat tahun 2016 (Noraien Mansor & Normaliza Abd Rahim, 2019). Namun begitu, negara Malaysia juga tidak ketinggalan untuk menggunakan aplikasi *Instagram* tersebut, bahkan Malaysia telah mencatatkan peratusan yang tinggi dalam kalangan negara di Asia Tenggara. Hal ini dapat dibuktikan dengan sumber yang dikeluarkan oleh akhbar *Utusan Online*, iaitu pengembangan sebanyak 4.4 peratus, iaitu bersamaan dengan 38 juta pengguna yang aktif sehingga Mac 2018 (Nabila Yasmin Razib, 2019). Hal ini bermakna *Instagram* telah diterima baik oleh semua golongan masyarakat di negara Malaysia termasuklah golongan ahli politik yang aktif menggunakan *Instagram*.

1.3 Permasalahan kajian

Kajian Faizul Abd Hamid & Mohd Azidan Abdul Jabar (2019) tentang wacana bahasa politik tidak menunjukkan sebagai wacana yang berkesan dan utuh sama ada secara lisan mahupun tulisan. Hal ini berlaku kerana sesetengah ahli politik menggunakan wacana politik hanya berbentuk metafora yang bersifat ideologi semata-mata untuk mempengaruhi golongan sasaran hingga mendatangkan kekeliruan kepada sasaran (Agbo, Kadiri & Ijem, 2018). Kajian tersebut telah menyokong kajian yang dilakukan oleh Mohd Zuwairi Mat Saad & Normah Mustaffa (2016) dan Ali Salman et al. (2018) iaitu ahli politik berperanan dalam menentukan keberkesanaan berbahasa melalui kandungan media sosial terutamanya dalam aspek tatabahasa serta struktur ayat yang tidak jelas boleh mendatangkan kekeliruan kepada pembaca. Kajian Faizul Abd Hamid & Mohd Azidan Abdul Jabar (2019), Agbo, Kadiri & Ijem (2018), Mohd Zuwairi Mat Saad & Normah Mustaffa (2016) dan Ali Salman et al. (2018) dilihat selari dengan kajian Normaliza Abd Rahim (2019) dengan

mengatakan penggunaan ayat yang mudah difahami amat digalakkan dalam sesuatu wacana agar tidak mendatangkan kekeliruan kepada kumpulan sasaran. Bertitik tolak daripada itu, kajian ini ingin mengenal pasti wacana kapsyen *Instagram* dalam kalangan ahli politik terpilih di Malaysia.

Kajian Hari Kusmanto & Christina Purbawati (2019) dan Raja Nur Afifah Raja Zulkifli et al. (2018) tentang penulisan kapsyen di *Instagram* ahli politik tidak memberikan kesan baik kepada pengguna *Instagram* bahkan mereka tidak menunjukkan kesopanan berbahasa ketika memberikan pendapat dalam penulisan komen. Hal ini berlaku kerana kebanyakan masyarakat sering menulis komen dengan menggunakan emosi marah terhadap ahli politik berkenaan. Penulisan komen yang negatif juga boleh berlaku kerana segelintir masyarakat tidak bersetuju dengan penulisan kapsyen yang ditulis oleh ahli politik terbabit dan ingin menunjukkan protes mereka melalui penulisan komen tersebut. Begitu juga dengan kajian yang dijalankan oleh Ali Salman et al. (2018), Asih Ria Ningsih & Rita Arianti (2018), Mohd Azul Mohamad Salleh & Nurul Madiha Mohd Ilham (2017) dan Ainal Akmar Ahmad et al. (2016) dengan mengatakan pengguna media sosial tidak menggunakan bahasa yang sopan dan sering menggunakan kata-kata negatif ketika menulis di ruangan komen *Instagram* ahli politik. Hal ini bermakna, jurang penyelidikan adalah tidak kesopanan masyarakat dalam melontarkan kata-kata atau memberi pendapat di ruangan komen. Justeru itu, kajian ini akan menganalisis interpretasi komen masyarakat melalui *Instagram* ahli politik terpilih di Malaysia bagi menjelaskan kepelbagaian ragam yang diperolehi dari penulisan komen berkenaan.

1.4 Persoalan kajian

- 1) Sejauh manakah wacana kapsyen *Instagram* dalam kalangan ahli politik terpilih di Malaysia?
- 2) Sejauh manakah interpretasi komen masyarakat melalui *Instagram* ahli politik terpilih di Malaysia

1.5 Objektif kajian

- 1) Mengenal pasti wacana kapsyen *Instagram* dalam kalangan ahli politik terpilih di Malaysia.
- 2) Menganalisis interpretasi komen masyarakat melalui *Instagram* ahli politik terpilih di Malaysia.

1.6 Kepentingan kajian

1.6.1 Masyarakat

Penggunaan media sosial adalah satu perkara yang harus dimiliki oleh setiap golongan masyarakat kini terutamanya *Instagram*. Hal ini kerana, kepelbagaian kemudahan yang tersedia ada di dalam aplikasi *Instagram* telah memberikan sumbangan yang besar kepada masyarakat untuk saling berhubung antara satu sama lain. Oleh hal yang demikian penggunaan bahasa melalui penulisan dalam media sosial dalam kalangan masyarakat amat dipandang berat dan harus diambil perhatian oleh pihak-pihak tertentu.

1.6.2 Ahli politik

Bagi setiap pengguna media sosial dalam kalangan ahli politik, kajian ini sedikit sebanyak dapat memberikan informasi terhadap penggunaan dan penguasaan bahasa yang ditelaah ditulis oleh seseorang ahli politik. Hal ini juga, kajian ini dapat dijadikan panduan kepada ahli politik bagi memperbaiki segala kelemahan terhadap penulisan kapsyen *Instagram* yang di akaun milik mereka.

1.6.3 Pengguna *Instagram*

Penggerak pada kegunaan terhadap sesuatu media sosial termasuklah *Instagram* adalah bergantung pada penggunanya sendiri. Oleh hal yang demikian kajian ini dapat membantu pengguna *Instagram* bagi mengesan segala kebaikan dan keburukkan terhadap bahasa yang telah ditinggalkan oleh pengguna *Instagram* yang lain. Hal ini demikian kerana, penggunaan bahasa yang negatif dalam kalangan pengguna *Instagram* dapat mendatangkan kesan buruk kepada sesetengah pihak.

1.6.4 Individu

Sebagaimana penggunaan media sosial *Instagram* telah mendatangkan kepentingan terhadap sesuatu kumpulan masyarakat. Begitu juga, kepentingan *Instagram* terhadap seseorang individu. Hal ini kerana, media sosial *Instagram* telah digunakan untuk mencari dan berkongsi sebarang maklumat termasuklah hal politik. Oleh itu, kajian ini mendatangkan kepentingan kepada individu untuk mengetahui perkara-perkara yang sering dimuat naik oleh sesetengah ahli politik serta penggunaan bahasa yang digunakan dalam mempengaruhi pembaca lain.

1.6.5 Penyelidik

Kepelbagaian kajian yang dilakukan terhadap penggunaan media sosial telah banyak diperolehi. Namun kajian yang dijalankan sebelum ini tidak banyak yang menjurus kepada penggunaan media sosial terutamanya dalam kalangan ahli politik. Hal ini kerana, terdapat beberapa kekangan yang perlu dihindari

agar tidak mengganggu sensitiviti sesetengah pihak. Walau bagaimanapun, dengan kajian yang dilakukan ini dapat memberi ruang kepada penyelidik lain dan mendatangkan kepentingan untuk mereka meneruskan kajian seperti ini.

1.7 Batasan kajian

Batasan	Justifikasi
1) Bahan kajian – <i>Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> Dikenali dan diminati hampir satu dekad dari tahun 2010 hingga 2019. Statistik mencatat peratusan yang tinggi dimuat turun oleh pengguna di Malaysia
2) Sampel – i. Ahli politik	<ul style="list-style-type: none"> 5 orang ahli politik di Malaysia. Terdiri daripada pelbagai latar belakang dan bidang ketokohan: Terdiri daripada pelbagai kelompok antaranya pemegang jawatan tertinggi, pemimpin pengerusi parti, wakil politik wanita, pendidikan Ahli politik yang dipilih: Tun Dr. Mahathir, Puan Seri Dr. Wan Azizah, Datuk Azmin Ali, YB. Syed Saddiq, Dato' Seri Anwar Ibrahim
ii. Pengguna <i>Instagram</i>	<ul style="list-style-type: none"> Dipilih secara rawak. 45 pengguna <i>Instagram</i> yang berlainan.
3) Jumlah pemilihan kapsyen	<ul style="list-style-type: none"> 100 kapsyen bagi 5 orang ahli politik 20 kapsyen sahaja bagi setiap ahli politik Pemilihan 3 tema tertinggi berdasarkan 5 ahli politik Pemilihan data telah dibataskan dari 1 Januari 2018 hingga 31 Ogos 2019.
4) Teori Analisis Wacana	<ul style="list-style-type: none"> Beberapa prinsip Teori Analisis Wacana Normaliza Abd Rahim (2019a) Penelitian berfokus pada pola penggunaan bahasa

Jadual 2: Batasan dan justifikasi.

Jadual 2 di atas menunjukkan beberapa batasan kajian yang hendak dilakukan berserta justifikasi. Bertitik tolak dari pernyataan di atas, kajian ini telah dibataskan kepada tiga bahagian iaitu bahan kajian, jumlah pemilihan kapsyen dan sampel kajian. sehubungan itu, bahan kajian telah dibataskan kepada media sosial *Instagram* sahaja sebagai bahan asas kajian. Justifikasi pemilihan *Instagram* kerana *Instagram* kini semakin mendapat perhatian dalam kalangan masyarakat tanpa mengira peringkat umur dan pangkat. Tambahan pula, statistik menunjukkan *Instagram* telah mencatat peratusan yang tinggi dimuat turun dalam kalangan pengguna media sosial di Malaysia. Ini dapat dibuktikan lagi bahawa *Instagram* merupakan golongan aplikasi yang berada di

kedudukan empat teratas setelah *Facebook*, *Whatsapp* dan *Facebook Messenger* sejak satu dekad, iaitu dari tahun 2010 hingga 2019 (Aman, 2019).

Bertitik tolak dari itu, batasan seterusnya adalah sampel kajian yang tertumpu kepada ahli politik dan juga pengguna *Instagram*. Sampel yang pertama adalah berdasarkan pemilihan 5 orang ahli politik yang mempunyai perbezaan latar belakang dan bidang ketokohan yang diwakili kesemua ahli politik tersebut. Justifikasi 5 orang ahli politik yang dipilih adalah terdiri daripada pelbagai kelompok misalnya, pemegang jawatan tertinggi, pemimpin pengerusi parti, wakil politik wanita, pendidikan dan sebagainya. Justeru itu, ahli politik yang menepati kriteria yang dinyatakan tersebut ialah Tun Dr. Mahathir, Puan Seri Dr. Wan Azizah, Datuk Azmin Ali, YB. Syed Saddiq, Dato' Seri Anwar Ibrahim. Manakala, sampel kedua dalam kajian ini ialah pengguna *Instagram*, iaitu sebanyak 45 pengguna *Instagram* ataupun komen yang berlainan telah dipilih secara rawak dalam ruangan komen *Instagram* ahli politik.

Batasan seterusnya tertumpu kepada jumlah pemilihan kapsyen *Instagram* iaitu sebanyak 100 kapsyen bagi kelima-lima ahli politik terpilih. Hal ini bermakna, sebanyak 20 kapsyen telah dihadkan bagi setiap ahli politik untuk dianalisis dalam objektif satu. Walau bagaimanapun, analisis data akan dibataskan berdasarkan pemilihan 3 tema tertinggi yang disampaikan dalam kapsyen ahli politik. Oleh itu, dalam konteks kajian ini, penelitian akan tertumpu kepada 3 tema iaitu tema keprihatinan, keagamaan, dan perpaduan. Setelah itu, sebanyak 45 buah komen telah dipilih untuk dianalisis bagi objektif yang kedua iaitu menganalisis interpretasi komen masyarakat dalam komen *Instagram* ahli politik terpilih. Hal ini jelas, konteks dalam kajian ini akan mengkaji penggunaan wacana *Instagram* dalam kalangan ahli politik dan juga pengguna *Instagram* di ruangan komen. Walau bagaimanapun, tempohambilan data dalam kajian ini telah ditetapkan dan dibataskan dari tarikh 1 Januari 2018 hingga 31 Ogos 2019 sahaja.

Batasan terakhir ialah berdasarkan prinsip teori. Kajian ini telah menggunakan Teori Analisis Wacana Normaliza Abd Rahim (2019a) sebagai paksi dalam menganalisis data. Teori ini mengandungi 3 elemen iaitu kandungan yang merujuk kepada tema. Kemudian, konteks merujuk kepada tatabahasa, latar dan emosi dan terakhir ialah andaian merujuk kepada persoalan, pendapat dan perujukan. Namun, dalam analisis kajian ini hanya beberapa prinsip yang terdapat dalam teori tersebut iaitu tema, latar dan emosi digunakan bagi meneliti pola penggunaan bahasa khususnya dalam objektif satu. Kemudian, elemen andaian yang berteraskan prinsip persoalan, pendapat dan perujukan akan dianalisis berdasarkan objektif kedua. Hal ini bermakna, beberapa prinsip dalam Teori Analisis Wacana Normaliza Abd Rahim (2019a) telah digunakan bagi meneliti pola penggunaan bahasa.

1.8 Definisi operasional

1.8.1 Wacana *Instagram*

Wacana *Instagram* dapat ditakrifkan sebagai kesatuan bahasa yang berlaku sama ada di dalam penulisan kapsyen ataupun komen. Dengan erti kata lain, wacana *Instagram* tergolong dalam kategori wacana berbentuk teks atau tulisan. Hal ini telah menyokong kenyataan Asmah Hj. Omar (9999) iaitu wacana merupakan kesatuan bahasa tertinggi dan lengkap sama ada secara penulisan mahupun pertuturan serta mempunyai maksud yang lebih luas daripada teks. Selari dengan itu, wacana *Instagram* juga boleh berlaku secara formal dan juga tidak formal. Oleh itu, wacana *Instagram* dalam kajian ini telah memfokuskan kepada golongan politik sebagaimana mereka membina wacana penulisan kapsyen untuk mempengaruhi masyarakat bagi mencapai agenda dan hasrat mereka. Disebabkan itu, pemilihan kata, frasa dan ayat yang digunakan dalam wacana *Instagram* dianggap penting kerana setiap penulisan kapsyen adalah lambang kepimpinan mereka. Hal ini bersamaan juga dengan wacana *Instagram* daripada penulisan komen yang ditulis oleh pengguna *Instagram*. Kesemua unit linguisitik yang ditulis dalam ruangan komen adalah pembentukan identiti mereka sendiri.

1.8.2 Ahli politik di Malaysia

Setiap kuasa pemerintahan dalam sesebuah negara akan ditadbir oleh sekumpulan atau golongan individu yang bertanggungjawab bagi melancarkan sesuatu sistem pentadbiran yang dikenali sebagai ahli politik atau politikus. Secara dasarnya, ahli telah didefinisikan sebagai individu yang memiliki kepakaran dalam bidang tertentu atau juga jawatankuasa orang yang dipilih bagi melaksanakan sesuatu urusan pentadbiran. Misalnya, ahli dalam bidang politik merupakan individu yang dipilih oleh rakyat untuk menjadi wakil di parlimen atau dikenali sebagai wakil rakyat. Seterusnya, definisi politik adalah segala hal yang berkaitan dengan pemerintahan sesebuah negara dan juga perhubungan satu negara dengan negara lain. Ini bertepatan dengan definisi yang telah diberikan oleh Miriam Budiardjo (1982) iaitu, politik adalah kepelbagaian kegiatan dalam sesuatu sistem politik (negara) yang berkaitan dengan proses dalam menentukan dan melaksanakan sesuatu tujuan dalam Abdulkadir B. Nambo & Muhamad Rusdiyanto Puluhuluwa (2005). Oleh hal yang demikian, tafsiran bagi ahli politik adalah individu yang menjadi wakil rakyat dalam sesuatu pentadbiran negara.

1.9 Kesimpulan

Kesimpulannya, bab ini hanya menerangkan gambaran awal tentang kajian yang hendak dijalankan dengan merangkumi latar belakang kajian untuk mengukuhkan lagi tajuk dan jenis kajian. Seajar dengan itu, kajian ini turut mengandungi aspek permasalahan kajian supaya dapat menjawab persoalan dan objektif kajian yang hendak dikaji. Di samping itu, bab ini juga mempunyai kepentingan kajian untuk mengetahui manfaat kajian ini kepada pihak lain serta definisi operasional bagi mengetahui maksud kajian yang hendak dijalankan agar mempunyai perkaitan dengan beberapa kajian lepas. Akhir sekali, kajian ini akan bersambung pada bab seterusnya untuk mengetahui beberapa kajian lepas yang telah dijalankan bagi melakukan perbandingan dan mengukuhkan kajian yang hendak dijalankan.



BIBLIOGRAFI

- A. Schweidel, D., & Bendle, N. (2019). Marketing and Politics: Strange Bedfellows no More. *Customer Needs and Solutions*, 6, 7-40.
- Abdulkadir B. Nambo & Muhamad Rusdiyanto Puluhuluwa. (2005). Memahami Tentang Beberapa Konsep Politik (Suatu Telaah Dari Sistem Politik). *Mimbar*, 21(2), 262-285.
- Abdullah Nashih Ulwan. (1996). *Pendidikan Anak dalam Islam. Pendidikan Sosial Anak*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Agbo, I., Kadiri, G., & Ijam, B. (2018) Critical Metaphor Analysis of Political Discourse in Nigeria. *English Language Teaching*. 11(5), 95-103.
- Ahmad Asir. (2014). Agama dan Fungsinya dalam Kehidupan Umat Manusia. *Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Keislaman*, 1(1), 50-58.
- Ahmad Fahmi Rosyidul Haq. (2018). Implikatur dalam Akun Meme Politik Indonesia. *BAPALA*, 5(2), 1-7.
- Ahmad Fahmi Mahamood, Hidayah Shafiee, Abdul Rahman Abdul Manaf, Tengku Kastriafuddin Shah Tengku Yaakob, Abdul Jalil Ramli, Zuraidi Ahmad Mokhdzar, Jamsari Jamaluddin, Maskor Bajuri & Mohd Erpi Mohd Ali. (2019). Pengaruh Bahasa Rojak di Media Baharu Terhadap Bahasa Kebangsaan. *International Journal of Law, Government, and Communication*, 4(15), 141-153.
- Ainal Akmar Ahmad, Maizatul Azura Yahya, Nasihah Hashim & Noor Aida Mahmor (2016). Kesantunan bahasa semasa berkomunikasi di laman sosial. *Proceeding of the International Conference on Government & Public Affair 2016, (ICOGPA2016)*.
- Al Ashadi Alimin. (2014). Analisis Wacana Lirik Lagu Bujang Nadi, Lagu Daerah Melayu Sambas, Kalimantan Barat. *Jurnal Pendidikan Bahasa*. 3(1), 31-42.
- Alia Azmi, Ike Sylvia & Desy Mardhiah. (2018). Analisis Wacana Postingan Politikus dalam Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 10(2), 174-186.
- Aman. (18 Desember 2019). *Facebook Mendominasi Carta Aplikasi Paling Dimuat-Turun Sepanjang Dekad*. Diakses dari <https://amanz.my/2019224641/> pada 24 Januari 2020.
- Amri Marzali. (2016). Agama dan Kebudayaan. *UMBARA: Indonesian Journal of Anthropology*, 1 (1), 570-75.
- Anakkost.tv. (1 April 2018). *Sejarah dan Perkembangan Instagram dari Tahun ke Tahun*. Diakses dari <https://www.anakkost.tv/?s=sejarah+dan+>

perkembangan+instagram+ dari+ tahun+ke+ tahun+ pada 23 Januari 2020.

- Andhita Rachman, Sofi Yuniarti & Dwijani Ratnadew. (2017). Critical Discourse Analysis In Donald Trump Presidential Campaign To Win American's Heart. *Tell Journal*. 5(2), 8-17
- Annisa Nurul Mardhiyah & Ayub Ifandy Imran. (2019). Penggunaan Bahasa Korea (Hangeul) dalam Instagram sebagai Bentuk Presentasi Diri. *Nyimak Journal of Communication*, 3(1), 61–75.
- Aprinda Puji. (2018). *Selain Perasaan Bahagia, Gali 8 Emosi Positif Ini di Diri Anda*. Diakses dari <https://hellosehat.com/hidup-sehat/psikologi/emosi-positif-selain-perasaan-bahagia/> pada 12 May 2020.
- Asep Achmad Muhlisian & Yuliani Kusuma Putri. (2019). Penggunaan Media Sosial Instagram dalam Pembelajaran Kanji. *Journal Of Japanese Language Education & Linguistics*, 3(2), 181-191.
- Asih Ria Ningsih & Rita Arianti. (2018). Penggunaan Disfemisme oleh Haters dalam Instagram pada Akun Artis Mj: Kajian Pragmatik. *Seminar Nasional Universitas Pasir Pengajaran*, 471-177.
- Asmah Hj. Omar. (1984). *Bahasa Iklan Perniagaan: Satu Kajian Retorik*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan pustaka.
- Asmah Hj. Omar, (2009). *Panduan Wacana Akademik Teori dan Penerapan Edisi Kedua*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Awang Sariyan, (2002). *Ceritera Tentang Kejayaan Perancangan Bahasa Melayu Di Malaysia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ayuni Akhilar, Al- Amin Mydin & Shaidatul Akma Adi Kasuma, (2017). Students' Perceptions And Attitudes Towards The Use Of Instagram In English Language Writing. *Malaysian Journal of Learning and Instruction (MJLI), Special issue on Graduate Students Research on Education*, 47-72.
- Azrina Mazlin Alias & Vishalache Balakrishan. (2016). Impak Kesukarelawanan Dalam Kalangan Belia Di Kuala Lumpur: Satu Kajian. *Jurnal Kepimpinan Pendidikan*. 3(4), 25-43.
- Azrul Affandi Sobry. (2017). Rahsia perlimau, mandi dalam silat gayong. *BH Online*. Diakses dari <https://www.bharian.com.my/hujung-minggu/lain-lain/2017/07/307203/rahsia-perlimau-mandi-dalam-silat-gayong> pada 28 Mac 2020.
- Bahagian Kabinet, Jabatan Perdana Menteri. (2020). *Perdana Menteri Malaysia*. Dimuat turun dari <http://www.kabinet.gov.my/bkpp/index.php/anggota-pentadbiran/perdana-menteri-malaysia> pada 14 April 2020.

- Candradewi Wahyu Anggraeni. (2017). Students' Perspectives Toward The Use Of Instagram In Writing Class. *1st English Language and Literature International Conference (ELLiC)*, 68-73.
- Chairil Nur Siregar & Sutiadi Rahmansya. (2019). Persepsi dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Implementasi Program Jabar Digital dalam Akun Instagram Ridwan Kamil Sebuah Kajian Sosio-Digital. *Jurnal Sositologi*, 3(13), 369-380.
- Chang., Y. P. (2014). Struktur dan Makna Pariwara: Analisis Wacana dalam Akhbar Cina di Malaysia. *Disertasi Sarjana Pengajian Bahasa Moden*. Universiti Malaya.
- Eka Indriani (2017). *Sejarah dan Perkembangan Instagram*. Diakses dari <http://ilmuti.org/wp-content/uploads/2017/02/Eka-Indriani-Sejarah-dan-Perkembangan-Instagram-1.pdf> pada 23 Mac 2019.
- Ekman, M., & Widhom, A. (2017). Political Communication In an Age of Visual Connectivity: Exploring Instagram Practices Among Swedish Politicians. *Northern Lights*, 15, 15-32.
- Emma Mohamad & Wan Chooi. (2017). Komunikasi Pemimpin Pendapat dalam Isu Pembedahan Plastik: Suatu Analisis Kandungan dalam Instagram Selebriti Media Sosial Terpilih. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 33(1), 261-279.
- Eris Risnawati, Nasrul, & Sugiyo. (2019). Penggunaan Bahasa dalam Berkomentar Bermuatan Kebencian dan Hinaan di Media Sosial Instagram dan Twitter. *Seminar Nasional Bahasa dan Sastra Indonesia Sasindo Unpam 2019*, 57-65.
- Eva Nur Handayani, Siti Nur Chasanah, Nur'aini Mahmudah, Gallant Karunia Assidik & Sri Waljinah. (2019). Representasi Kehidupan Dalam Program Meme di Instagram: Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough. *The 10th University Research Colloquium 2019 Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Gombong*, 180-184.
- Fallianda. (2018). Kesantunan Berbahasa Pengguna Media Sosial Instagram: Kajian Sosiopragmatik. *Etnolinguist*, 2(1), 35-54.
- Faziela Abu Bakar@Che Din. (2016). Unsur emosi dan konflik dalam novel komsas pilihan. *Disertasi master sastra*. Universiti Putra Malaysia.
- Fornara, F., & Lomicka, L. (2019). Using Visual Social Media in Language Learning to Investigate the Role of Social Presence. *Calico Journal (Online)*, 184-203.
- Gabriel Abdi Susanto. (2014). *16 Emosi Negatif yang Mengisap Energi Psikis Kita*. Diakses daripada <https://www.liputan6.com/health/read/2101482/16-emosi-negatif-yang-mengisap-energi-psikis-kita#> pada 12 May 2020.

- Gan Gan Giantika. (2019). Strategi Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi dan Penjualan Fashion Muslim Online (Studi Deskriptif Kualitatif Akun Instagram @zilohijab). *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 169-175.
- Gilberston, S. (16 Februari 2010). Feb. 16, 1978: Bulletin Board Goes Electronic. Diakses daripada <https://www.wired.com/2010/02/0216cbbs-first-bbs-bulletin-board/> pada 14 November 2019.
- Hari Kusmanto & Christina Purbawati (2019). Ketidaksopanan Berkomentar pada Media Sosial Instagram: Studi Politikopragmatik. *Jurnal Kata: Penelitian Tentang Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 3(2), 217-227.
- Harris Munandar & Maman Suherman (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil di Media Sosial. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2(1), 423-430.
- Hassan Ahmad. 2004. Bahasa Melayu dan Minda Melayu: Satu Tinjauan Kritis. *Jurnal Melayu*. 1, 388-392.
- Henny Isnaini Hartini, Hasnah Faizah AR & Charlina. (2017). Kesantunan Berbahasa dalam Komentar Caption Instagram. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau*, 4(2), 1-14.
- Hishamuddin Rais. (13 June 2018). Merakam Sejarah: Anwar Ibrahim. *Malaysiakini*. Diakses daripada <https://www.malaysiakini.com/columns/429490> pada 9 September 2020.
- Husnul Abdi. (15 Ogos 2018). Macam-macam gaya bahasa yang wajib diketahui, sering digunakan sehari-hari. Diakses daripada <https://m.liputan6.com/hot/read/4038288/macam-macam-gaya-bahasa-yang-wajib-diketahui-sering-digunakan-sehari-hari> pada 3 Oktober 2020.
- Hussein Haji Ahmad & Haneza Ab. Hamid. (2015). Pengurusan Pembangunan Konsep Perpaduan Dalam Kalangan Pelajar Sekolah Menengah Kebangsaan: Satu Kajian Di Klang, Selangor. *Jurnal Kepimpinan Pendidikan*, 2(4), 1-15.
- Idris Aman, (2000). Nota Penyelidikan. Bahasa, Kuasa dan Ideologi: Analisis Wacana Kritis Sebutan Baku Bahasa Melayu. *Akademika*, 56(1), 121-133
- Idris Aman, (2010). *Analisis Wacana*. Selangor: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Indirawati Zahid. (2005) Capahan Persepsi: Ungkapan yang Menandai Emosi dalam Ujaran. *Jurnal Pengajian Melayu, Jilid 5*, 202-219.
- Irwandani & Siti Juariah. (2016). Pengembangan Media Pembelajaran Berupa Komik Fisika Berbantuan Sosial Media Instagram Sebagai Alternatif Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Fisika Al-BiRuNi*, 05(1), 33-42.

- Ixsir Eliya & Ida Zulaeha. (2017a). Model Komunikasi Politik Ridwan Kamil di Media Sosial Instagram. *DIALEKTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 4(2), 205-223.
- Ixsir Eliya & Ida Zulaeha. (2017b). Pola Komunikasi Politik Ganjar Pranowo dalam Perspektif Sociolinguistik di Media Sosial Instagram. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 6 (3), 286-296.
- Jabatan Kebudayaan dan Kesenian Negara. (2015). *Perayaan Deepavali*. Dimuat turun dari <http://www.jkkn.gov.my/ms/perayaan-deepavali-0> pada 25 Ogos 2019.
- Jabatan Kebudayaan dan Kesenian Negara. (2015). *Perayaan Tadau Keamatan*. Dimuat turun dari <http://www.jkkn.gov.my/ms/perayaan-tadau-kaamatan-0> pada 23 Ogos 2019.
- Jonathan R. C., & Chavalin S. (2017). What Lies Underneath a Political Speech?: Critical Discourse Analysis of Thai PM's Political Speeches Aired on the TV Programme Returning Happiness to the People. *Open Linguistics*. 3, 638–655
- Kamarul Azmi Jasmi (2012). Analisis data dalam penyelidikan kualitatif dalam *Kursus Penyelidikan Kualitatif* siri 3 2012 pada 23-22 May 2012. Dianjur oleh Institut Pendidikan Guru Malaysia Kampus Temenggong Ibrahim, Jalan Datin Halimah, 80350 Johor Bahru, Negeri Johor Darul Ta'zim, pp 1-11.
- Kartika Tiara Syarifuddin & Abdul Hafid. (2018). Pembentukan Kosakata Baru sebagai Bentuk Coinage dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra dan Pengajaran (KIBASP)*, 2(1), 68-86.
- Latifah. (3 Julai 2016). Fahami pengertian sambutan syawal. Diakses daripada <https://www.bharian.com.my/taxonomy/term/61/2016/07/170824/fahami-pengertian-sambutan-syawal> pada 10 Oktober 2020.
- Liebhart, K., & Bernhard, P. (2017). Political Story telling on Instagram: Key Aspects of Alexander Vander Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. *COGITATIO: Media and Communication*, 5(4), 15–25.
- Malaysia, Majlis Daerah Yan. (2019). Peristiwa Israk dan Mikraj. Diakses dari <http://mdyan.gov.my/ms/md-yan/pusat-media/berita/peristiwa-israk-mikraj-2019> pada 29 Februari 2020.
- Malaysia, Kementerian Pendidikan. (2020). *Senarai Menteri Pendidikan*. Diakses dari <https://www.moe.gov.my/korporat/sejarah/senarai-menteri-pendidikan> pada 4 Mei 2020.
- Malaysia, Unit Permodenan Tadbiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia (MAMPU). (n.d.). *Penerapan Etika Penggunaan Media Sosial dalam Sektor Awam*. Putrajaya: Jabatan Perdana Menteri.

file:///C:/Users/firza/Downloads/PENERBITAN MEDIA SOSIAL.pdf pada 22 Mei 2019.

Marina Kartikawati & Dianita Indrawati. (2012). Analisis Wacana Iklan pada Instagram :Teori Norman Fairclough. *BAPALA*, 5(2), 1-4.

Mashetoh Abd Mutalib, Hishamudin Isam, Rohaidah Haron, Mohd Izani Mohd Zain. (2013). Menukangi Aspek Leksikal dan Identiti dalam Wacana Khaled Nordin Berdasarkan Perspektif Analisis Wacana Kritis Wacana Tiga Dimensi. *PENDETA- Jurnal Bahasa dan Sastera Melayu*. 1-21.

Maya Sandra Rosita Dewi. (2019). Islam Dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Islam). *Research Fair Unisri 2019*, 3(1), 139-142.

McDuling, J. (13 Februari 2014). *Twitter's Failure to Buy Instagram is Looking Like A Bigger and Bigger Mistake*. Diakses daripada <https://qz.com/175520/twitters-failure-to-buy-instagram-is-looking-like-a-bigger-and-bigger-mistake/> pada 25 Mei 2019.

Meutia Puspita Sari & Evawanni Elysa Lubis. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4(2).

MJ Suhaimi. (8 Mac 2018). *Kisah Kejayaan Instagram yang Asalnya Sebuah Aplikasi Minuman Keras*. Dimuat turun dari <https://iluminasi.com/bm/kisah-kejayaan-instagram-dari-sebuah-aplikasi-minuman-keras-kepada-jaguh-aplikasi-perkongsian-gambar.html> pada tarikh 23 Mac 2019.

Mohamad Syafri. (2020). Generasi Z: Instagram dan Da'i. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 15(2), 175-192.

Mohd Azul Mohamad Salleh, Ali Salman & Nurul Madiha Mohd Ilham. (2015). Kesedaran Terhadap Isu Pengawasan Sewaktu Menggunakan Aplikasi Media Sosial. *e-Bangi Journal of Social Science and Humanities*, 10(2), 217-229.

Mohd Azul Mohammad Salleh & Nurul Madiha Mohd Ilham. (2017). Pengalaman dan Kesedaran Pengguna Dewasa Terhadap Isu Pengawasan di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 33(1), 502-514.

Mohd Fuad Mat Jali, Junaidi Awang Besar, Rosmadi Fauzi, Amer Saifude Ghazali, Novel Lyndon. (2012). Akses kepada internet dan kesannya terhadap partisipasi politik penduduk di Negeri Johor. *GEOGRAFIA Online™ Malaysia Journal of Society and Space*, 8(6),76-89.

Mohd Sufiean Hassan, Noor Jeffri Abdul Wahab, Norli Yusuf, Siti Nurshahidah Sah Allam, Maizura Manshor & Abdul Rauf Hj. Ridzuan. (2017). Penggunaan Media Sosial dan Hubungan Tingkah Laku yang Dirancang Terhadap Pemilihan Ke Institusi Pengajian Tinggi. *Jurnal Sains Sosial: Malaysian Journal of Social Science*, 2, 55-72.

- Mottola, I. (2016). The History of *Instagram*. Dimuat turun dari <https://medium.com/@ignaziomottola/the-history-of-instagram-ff266eb75427> pada tarikh 8 Mac
- Muhammad Faizul Abd Hamid & Mohd Azidan Abdul Jabar. (2020). Pola Susunan Maklumat Teks Ucapan Belanjawan Malaysia 2019. *e-Bangi: Journal Of Sscial Sciences And Humanities*. 17(2), 104-118.
- Muhammad Ridwan Nurdin & Fitriningsih. Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 15(2), 193-220.
- Muncar Tyas Palupi. (2020). Pelanggaran Prinsip Kesantunan dalam Komentar Pembaca Berita Tokoh Politik di Media Sosial Daring Ditinjau dari Perpekstif Pragmatik (Upaya Mengingatn Kembali Pada Revolusi Mental). *Jurnal Lentera: Jurnal Pendidikan dan Pengajaran Bahasa Indonesia*, 3(1), 214-222.
- Mutia Rosdiana Helys & S.W.E Handayani. (2016). Efektifitas Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Surakarta. *Smooting: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 14(3), 19-24.
- Nabila Rufaida I & AMA Suyanto. (2019). Analisis Pengaruh Pemasaran Digital (Digital Marketing) Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce. *e-Proceeding of Management*, 6(2), 2091-2097.
- Nabila Yasmin Razib. (1 Februari 2019). *Malaysia, 5 Teratas Layari Media Sosial. Utusan Online*. Dimuat turun dari <http://www.utusan.com.my/bisnes/ekonomi/malaysia-5-teratas-layari-media-sosial-1.833240> pada 23 Mac 2019.
- Noraien Mansor & Normaliza Abd Rahim (2019). *Eh!!! Media Sosial*. Kuala Nerus, Terengganu: Penerbit Universiti Malaysia Terengganu.
- Noraien Mansor & Normaliza Abd Rahim. (2017a). *BOOM with Social Media*. Kuala Nerus, Terengganu: Penerbit Universiti Malaysia Terengganu.
- Noraien Mansor & Normaliza Abd Rahim. (2017b). Instagram in ESL Classroom. *Man In India*, 97 (20), 107-114.
- Norazlah Mat II & Normaliza Abd Rahim. (2017). Tahap Penggunaan Instagram dalam Kalangan Pelajar Di Universiti Putra Malaysia. *Journal of Business and Social Development*, 5(2), 111-121.
- Normaliza Abd Rahim. (2019a). *Kajian Wacana dan Strategi Komunikasi Teori dan Aplikasi*. Kuala Nerus, Terengganu: Penerbit Universiti Malaysia Terengganu.

- Normaliza Abd Rahim. (2019b). *Multimedia Dalam Bahasa*. Serdang: Penerbit Universiti Putra Malaysia
- Normaliza Abd Rahim, Hazlina Abd Halim, Roslina Mamat, dan Norshahila Mansor (2016). Wacana Cerita Rakyat Melayu dalam Kalangan Pelajar Korea. *Jurnal Kemanusiaan*. 25(1), 12-21.
- Normaliza Abd Rahim, Siti Nur Aliaa Roslan & Nur Maisarah Roslan. (2017). Konflik Emosi dalam Lirik Lagu 'Nipah oh Nipah'. *PERTANIKA JURNAL:MAHAWANGSA*. 4 (1), 89 - 98.
- Nor Aslamiah Ali. (2012). Laman Media Sosial: Trend Komunikasi Masa Kini. *DIMENSIKOOP Maktab Koperasi Malaysia*. Diakses dari http://www.ikkm.edu.my/images/Awam/Penerbitan/Dimensi_Koop/Dimensi_Koop39/Dimensi-39Laman-Media-Sosial-Trend-Komunikasi-Masa-Kini.pdf pada 25 Januari 2020.
- Nugraheni Arumsari, Wenny Eka Septina, Muhammad Luthfi & Nur Kholis Ali Rizk. (2017). Komunikasi Politik Kepala Desa dalam Mendorong Inovasi Pembangunan Desa: Studi Kasus Tiga Desa di Lereng Gunung Ungaran, Jawa Tengah. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 2(1), 86-99.
- Nunik Hariyanti & Senja Yustitia. (2020). Bahasa dan Ekspresi Politik (Studi Critical Discourse Analysis terhadap Akun Instagram Satir @Nurhadi_Aldo). *Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora)*, 08(1), 154-172.
- Nur Firza Shafiqa Khalid, Normaliza Abd Rahim & Roslina Mamat (2020). Penggunaan Bahasa di Twitter Ahli Politik. Dlm. Normaliza Abd Rahim (pnyt). *Penyelidikan Wacana Teori dan Aplikasi*, Terengganu: Penerbit Universiti Malaysia Terengganu. (hlm 79-94).
- Nur Hidayu Jaafar (2015). Refleksi Animasi Upin dan Ipin dalam Ujaran Kanak-Kanak. *Disertasi Tesis Master*. Universiti Putra Malaysia.
- Nur Nadhira Ahmad Rashidi, Fariza Khalid & Mohd Jasmy Abd Rahman (2017). *Penggunaan Instagram sebagai Platform Promosi Pendidikan*. Diakses dari https://www.google.com/search?q=Penggunaan+Instagram+Sebagai+Platform+Promosi+Pendidikan&rlz=1C1CHBF_enMY787MY787&oq=Penggunaan+Instagram+Sebagai+Platform+Promosi+Pendidikan&aqs=chrome..69i57.540j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8 pada 28 Mei 2019.
- Nurazimah Aziz, Harwati Hashim & Melor Md. Yunus. (2019). Using Social Media to Enhance ESL Writing Skill among Gen-Z Learners. *Creative Education*, 10, 3020-3027.
- Nurfarhana Shahira Rosly, Normaliza Abd Rahim, Hazlina Abdul Halim. (2016). Interaksi Ujaran Kanak-kanak Menerusi Elemen Pendigitalan dalam Penceritaan. *GEMA Online: Journal of Language Studies*. 16(1), 89-108.

- Nurulfatiha Muah. (8 November 2019). *Maulidur Rasul tanda cinta kepada Nabi Muhammad SAW*. Dimuat turun dari <https://www.sinarharian.com.my/article/56200/LIFESTYLE/Sinar-Islam/Maulidur-Rasul-tanda-cinta-kepada-Nabi-Muhammad-SAW> pada 11 Oktober 2020.
- Nurul Afifah Adilah Mohd Salleh. (2016). The Expression of Emotion in Selected Modern Poems. *Malay Literature*. 29(2), 250-267.
- Nurul Afifah Adilah. (2017). Kandungan dan Struktur Wacana dalam Teks Ucapan Persidangan Parlimen Mahasiswa. *Disertasi Tesis Master*. Universiti Putra Malaysia.
- Nurul Afifah Azlan, Sakinah Zakaria & Melor Md Yunus. (2019). Integrative Task-Based Learning: Developing Speaking Skill and Increase Motivation via Instagram. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(1), 620–636.
- Nurul Madiha Mohd Ilham & Mohd Azul Mohamad Salleh. (2016). Privasi dan Keselamatan Maklumat dalam Kalangan Pengguna Instagram Ketika Membeli Produk Secara Dalam Talian. *e-Bangi: Journal of Social Sciences and Humanities*, 11(1), 32-44.
- Nurul Aishah Mohd Radzi, Normaliza Abd Rahim & Nor Azuwan Yaakob. (2018). Wacana Tekstual dalam Iklan Selebriti. *Jurnal Komunikasi*. 34(4) 2018: 198-213.
- Parmelee, H. J., & Roman N. (2019). Insta-Politics: Motivations for Following Political Leaders on Instagram. *Social Media + Society*, 1-12.
- Permodalan Nasional Berhad. Maklumat Korporat. (n.d). Dimuat turun dari <http://www.pnb.com.my/aboutm.php> pada 4 Ogos 2019.
- Portal Rasmi Pejabat Daerah dan Tanah Gombak. (n.d). Dimuat turun dari <http://www.selangor.gov.my/gombak.php/pages/view/8> pada 4 Februari 2020.
- Putri Nurhidayati, Nabila Alfiarini Mutiara Primasti & Eko Purnomo. (2019). Sindiran dalam Meme di Instagram @banggaber sebagai Potret Kehidupan Masyarakat Indonesia. *The 10th University Research Colloqium 2019 Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Muhammadiyah Gombong*, 128-132.
- Rahim Aman & Norfazila Ab. Hamid. (2015). Strategi Wacana Komunikasi Teks Tengku Razaleigh Hamzah: Satu Analisis Kebahasaan. *Jurnal Komunikasi Malaysian: Journal Of Communication* 31(1), 205-220.
- Raja Nur Afiqah Raja Zulkifli, Noor Sulastry Yurni Ahmad, Mohd Azizuddin Mohd Sani, & Haslina Muhamad (2018). Satira Politik: Analisis Internet Trolling di Malaysia. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication*, 34(2), 223-242.

- Richworksnow. (2019). *Berniaga Tanpa Website? Awas! Mungkin Perniagaan Tidak Wujud*. Dimuat turun dari <https://richworksnow.com/berniaga-tanpa-website-awas-mungkin-perniagaan-anda-masih-dianggap-tidak-wujud/> pada 23 Januari 2020.
- Ridwan, Nurdin & Fitriningsih. (2019). Pengaruh Dakwah di Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa. *Al-Mishbah*, 15(2), 193-220.
- Rini Anisyahrini & Atwar Bajari. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Pengelola Clothing Line di Instagram. *PROfesi Humas*, 3(2). 237-254.
- Rohaida Haron, Madiawati Mamat@Mustaffa & Maizira Abdul Majid. (2019). *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal Of Communication*. Jilid 35(4), 386-407.
- Rohaida Mashudi, Hawa Rahmat, Azean Idruwani Idrus, Ahmad Mahmood Musanif & J.Sham Wahid. (2018). Media Sosial dari Perspektif Interpretasi Mesej Komuniti Wacana. *International Journal Of Heritage, Art and Multimedia*. 1(3), 112-127.
- Saidatun Nafisah & Iwan Budiarmo. (2020). Pembentukan Kata Pada Istilah Khas di Instagram dengan Unsur Bahasa Inggris. *DEIKSIS*, 12(1), 75-91.
- Sebah Al-Ali. (2014). Embracing the Selfie Craze: Exploring the Possible Use of Instagram as a Language mLearning Tool. *Issues and Trends in Educational Technology*, 2(2), 1-16.
- Sharul Azim Sharudin, Normah Mustaffa & Shahrul Nazmi Sannusi. (2020). Peranan Visual Instagram dalam Meningkatkan Kesedaran Kesihatan Masyarakat. *e-Bangi Journal of Social Science and Humanities*, 17(2), 91-103.
- Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah. (2011). Media Baharu yang Baharu: Trend Penggunaan Jaringan Sosial dalam Kalangan Pengguna di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, Jilid 13(2), 93-110.
- Sofia Miranda & Evawani Elysa Lubis. (2017). Pengaruh Instagram sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4(1), 1-15.
- Sohana Abdul Hamid. (2016). Pengaruh Media Massa Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat. *e-Bangi; Journal of Social Science and Humanities, Special Issue* (1), 214-226.
- Sri Verlin, Muhammad Darwis & Munira Hasjim. (2018). Abreviasi Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Budaya*, 6(2), 277-286.

- Suruhanjaya Pilihan Raya Malaysia. (2020). Pilihan Raya/ Penjalanan Pilihanraya Umum. Diakses dari <https://www.spr.gov.my/ms/pilihan-raya/penjalanan-pilihan-raya/umum> pada 1 Mei 2020.
- Syed saddiq syed abdul Rahman. (15 Jun 2019). Azmin Ali Dari Sudut Pandangan Saya. *Astro Awani*. Diakses daripada <https://www.astroawani.com/berita-politik/azmin-ali-dari-sudut-pandang-saya-210148> pada 9 September 2020.
- Taskiran, A., Gumusoglu, E. K., & Aydin, B. (2018). Fostering foreign language learning with Twitter: Reflections from English learners. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 19(1), 100–116.
- Terremi Michelle Chano & Sinta Paramita. (2019). Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi terhadap Akun @karyaadalahdoa). *Koneksi*, 3(1), 176-181.
- The Star. (2 Julai 2018). Syed Saddiq Catat Sejarah Menteri Termuda Negara. *Media Star (mstar)*. Diakses daripada <https://www.mstar.com.my/lokal/semasa/2018/07/02/syed-saddiq> pada 9 September 2020.
- Vinia Fransiska & Sinta Paramita. (2020). Live Shopping dalam Industri Komunikasi Digital melalui Instagram. *Prologia*, 1, 67-74.
- Vitri Nainggolan, Sintje A. Rondonuwu & Grace J. Waleleng. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 1-15.
- Wan Idros Wan Sulaiman, Noorzihidayah Md Noor, Ali Salman & Maizatul Haizan Mahbob. (2017). Pengaruh Teknologi Komunikasi Terhadap Perubahan Keorganisasian di Jabatan Penyiaran Malaysia. *e-Bangi; Journal of Social Science and Humanities*, 12(1), 110-128.
- Wisnu Prasetya Utomo. (2013). Menimbang Media Sosial dalam Marketing Politik di Indonesia: Belajar dari Jokowi-Ahok di Pilkada DKI Jakarta 2012. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(1), 67-84.
- Zaim Qashmal & Dadi Ahmadi. (2015). Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri. *Prosiding Penelitian Sivitas Akademika SPeSIA*, 222-228.

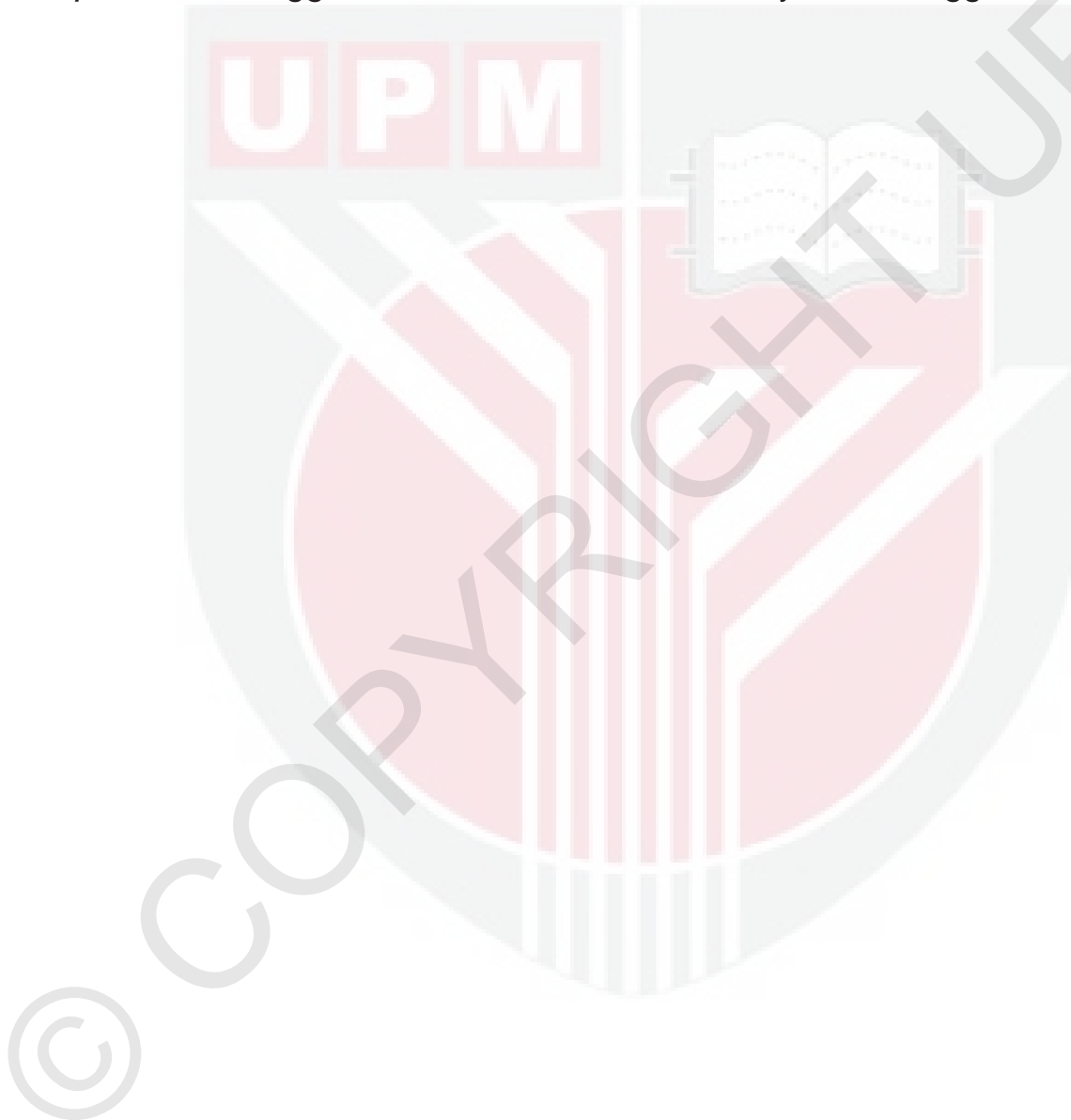
BIODATA PELAJAR

Tesis yang bertajuk “Wacana *Instagram* dalam kalangan ahli politik terpilih di Malaysia” telah dihasilkan sepenuhnya oleh Nur Firza Shafiqah binti Khalid (GS54614) sebagai memenuhi syarat Ijazah Master Sastera (Bahasa Melayu). Pelajar ini dilahirkan pada 18 April 1995 di Hospital Bersalin Kuala Lumpur. Pendidikan rendah bermula dari S.K. Selayang Baru Satu dan memasuki pendidikan menengah di SMK Darul Ehsan kemudian berpindah ke negeri Kedah dan mendapat pendidikan di SMK Sharifah Rodziah dan SMK Simpang Kuala bagi Peperiksaan Menengah Rendah (PMR). Setelah itu berpindah semula ke Kuala Lumpur dan menamatkan pendidikan menengah di SMK Hillcrest. Kemudian menyambung pelajaran ke peringkat STPM dan setelah tamat, pelajar mendapat tawaran untuk melanjutkan pengajian di Universiti Putra Malaysia, Serdang dalam peringkat Bachelo dengan mengambil jurusan Bachelo Sastera (Bahasa dan Linguistik Melayu).

PENERBITAN

1. Penggunaan Instagram dalam kalangan ahli politik di Malaysia. Nur Firza Shafiqa Khalid, Normaliza Abd Rahim & Roslina Mamat (2019).
2. Nur Firza Shafiqa Khalid, Normaliza Abd Rahim & Roslina Mamat (2020). Penggunaan Bahasa di *Twitter* Ahli Politik.

Dalam Normaliza Abd Rahim (pnyt). *Penyelidikan Wacana Teori dan Aplikasi*. Terengganu: Penerbit Universiti Malaysia Terengganu.





UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

PENGESAHAN STATUS UNTUK TESIS/LAPORAN PROJEK DAN HAKCIPTA

SESI AKADEMIK : Semester Pertama 2020/2021

TAJUK TESIS/LAPORAN PROJEK :

WACANA INSTAGRAM DALAM KALANGAN AHLI POLITIK TERPILIH DI MALAYSIA

NAMA PELAJAR : NUR FIRZA SHAFIQA BINTI KHALID

Saya mengaku bahawa hakcipta dan harta intelek tesis/laporan projek ini adalah milik Universiti Putra Malaysia dan bersetuju disimpan di Perpustakaan UPM dengan syarat-syarat berikut :

1. Tesis/laporan projek adalah hak milik Universiti Putra Malaysia.
2. Perpustakaan Universiti Putra Malaysia mempunyai hak untuk membuat salinan untuk tujuan akademik sahaja.
3. Perpustakaan Universiti Putra Malaysia dibenarkan untuk membuat salinan tesis/laporan projek ini sebagai bahan pertukaran Institusi Pengajian Tinggi.

Tesis/laporan projek ini diklasifikasi sebagai :

*sila tandakan (v)

SULIT

(mengandungi maklumat di bawah Akta Rahsia Rasmi 1972)

TERHAD

(mengandungi maklumat yang dihadkan edaran Kepada umum oleh organisasi/institusi di mana penyelidikan telah dijalankan)

AKSES TERBUKA

Saya bersetuju tesis/laporan projek ini dibenarkan Diakses oleh umum dalam bentuk bercetak atau atas talian.

Tesis ini akan dibuat permohonan :

PATEN

Embargo _____ hingga _____
(tarikh) (tarikh)

Pengesahan oleh:

(Tandatangan Pelajar)
No Kad Pengenalan / No Pasport.:

(Tandatangan Pengerusi Jawatankuasa Penyeliaan)
Nama:

Tarikh :

Tarikh :

[Nota : Sekiranya tesis/laporan projek ini SULIT atau TERHAD, sila sertakan surat dari organisasi/institusi tersebut yang dinyatakan tempoh masa dan sebab bahan adalah sulit atau terhad.]