

MAHASISWA MELAYU GEN Z, APLIKASI DATING, KEMAHIRAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN PRAGMATIK (TEORI RELEVANS)

Malay Gen Z University Students, Dating Applications, Interpersonal Communication Skills, and Pragmatics (Relevance Theory)

*Muhammad Zaid Daud¹, Muhammad Luqman Abdul Aziz², Hanis Umairah Anuar²,
Muhammad Faizul Abd Hamid³

¹Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan
Universiti Sains Malaysia,
11800 Pulau Pinang, Malaysia.

²Fakulti Teknologi Kejuruteraan Mekanikal
Universiti Teknikal Malaysia Melaka
76100, Durian Tunggal, Melaka, Malaysia.

³Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia,
43400 Serdang, Selangor, Malaysia.

*Corresponding author's email: zaid.daud@usm.my

Submitted:
29-Mar-2025

Accepted:
07-May-2025

Revised:
22-Jun-2025

Published:
29-Jun-2025

Abstrak

Mahasiswa Melayu Gen Z membesar dalam era digital yang dipacu oleh teknologi komunikasi. Keadaan ini menjadikan aplikasi janji temu dalam talian seperti *LeoMatch* sebagai platform yang berpotensi untuk meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal. Walau bagaimanapun, penerimaan terhadap aplikasi ini berbeza-beza bergantung pada faktor budaya, norma sosial, dan keperluan komunikasi dalam konteks pendidikan tinggi. Oleh itu, kajian ini bertujuan (i) mengenal pasti pandangan mahasiswa Melayu Gen Z terhadap aplikasi *LeoMatch* sebagai medium peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal berdasarkan prinsip pragmatik, (ii) menganalisis kesan penggunaannya terhadap peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa dari perspektif pragmatik, dan (iii) merumuskan cadangan bagi meningkatkan keberkesanan penggunaan *LeoMatch* sebagai medium pembelajaran komunikasi interpersonal dalam konteks pendidikan tinggi, dengan penekanan tentang aspek pragmatik komunikasi digital. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kaedah borang soal selidik yang diedarkan secara dalam talian kepada 620 mahasiswa Melayu Gen Z. Hasil kajian menunjukkan bahawa 78% responden bersetuju bahawa *LeoMatch* membantu mereka meningkatkan keyakinan berkomunikasi, manakala 65% responden merasakan aplikasi ini memudahkan interaksi dengan individu baharu tanpa tekanan sosial secara bersemuka. Dari perspektif pragmatik, kajian ini mendapati bahawa pengguna *LeoMatch* lebih cenderung menggunakan strategi komunikasi tidak langsung dan kesantunan linguistik untuk mengawal kesan sosial dalam interaksi digital. Oleh itu, kajian ini menyimpulkan bahawa *LeoMatch* mempunyai potensi sebagai alat pembelajaran pragmatik dalam komunikasi digital, khususnya dalam usaha membantu mahasiswa Melayu Gen Z membina kompetensi komunikasi interpersonal dengan lebih berkesan dalam konteks pendidikan tinggi.

Kata kunci: aplikasi *LeoMatch*, komunikasi interpersonal, mahasiswa Melayu Gen Z, pragmatik digital, Teori Relevans

Abstract

Malay Gen Z university students have grown up in a digital era driven by communication technology, making online dating applications such as LeoMatch a potential platform for enhancing interpersonal communication skills. However, acceptance of such applications varies based on cultural factors, social norms, and communication needs in higher education settings. This study aims to identify Malay Gen Z university students' perceptions of LeoMatch as a medium for enhancing interpersonal communication skills based on pragmatic principles, analyze the impact of its usage on students' interpersonal communication skills from a pragmatic perspective, and formulate recommendations to enhance the effectiveness of LeoMatch as a learning tool for interpersonal communication in higher education, with an emphasis on the pragmatics of digital communication. A quantitative approach was employed through an online questionnaire distributed to 620 Malay Gen Z university students. The findings indicate that 78% of respondents agreed that LeoMatch helps boost their communication confidence, while 65% believe the platform facilitates interaction with new individuals without the pressure of face-to-face engagement. From a pragmatic perspective, it was observed that LeoMatch users tend to employ indirect communication strategies and linguistic politeness to manage social dynamics in digital interactions. Therefore, this study concludes that LeoMatch has significant potential as a pragmatic learning tool in digital communication, particularly in aiding students in developing more effective interpersonal communication skills in higher education settings.

Keywords: digital pragmatics, interpersonal communication, LeoMatch application, Malay Gen Z students, relevance theory

1.0 PENGENALAN

Dalam era digital yang pesat, teknologi kecerdasan buatan (AI) telah mengubah landskap komunikasi manusia (Daud et al., 2024), khususnya dalam konteks komunikasi interpersonal. Salah satu inovasi yang semakin mendapat perhatian termasuklah aplikasi dating atau janji temu seperti *LeoMatch*. Aplikasi ini ialah agen maya (bot) AI yang beroperasi dalam platform *Telegram*. Aplikasi ini direka untuk membantu individu, khususnya mahasiswa mencari kenalan baharu serta membina hubungan sosial secara maya. Penggunaan aplikasi ini tidak terhad kepada tujuan hubungan sosial semata-mata, tetapi juga membuka ruang untuk meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa melalui interaksi dalam talian yang dinamik dan interaktif (Bali & Liu, 2023).

Dari perspektif pragmatik, komunikasi dalam *LeoMatch* melibatkan pertukaran maklumat yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan kognitif pengguna. Dalam konteks ini, teori relevans yang diperkenalkan oleh Sperber dan Wilson (1986) memberikan kerangka penting untuk memahami cara mahasiswa memproses dan mentafsir mesej dalam interaksi mereka. Menurut teori ini, individu cenderung untuk mencari maklumat yang memberikan manfaat kognitif maksimum dengan usaha pemrosesan yang minimum. Oleh itu, keberkesanan komunikasi dalam aplikasi ini bergantung pada kemampuan pengguna menyesuaikan mesej mereka dengan keperluan dan harapan pasangan komunikasi mereka (Carston, 2002). Selain itu, faktor seperti implikatur perbualan (Grice, 1975) dan kesantunan bahasa (Brown & Levinson, 1987) juga memainkan peranan penting dalam usaha menentukan kejayaan interaksi yang berlaku dalam aplikasi ini.

Komunikasi interpersonal merangkumi keupayaan individu untuk berinteraksi dengan orang lain dengan berkesannya dan memahami makna tersirat di sebaliknya (Abidin & Daud, 2023; Ali & Daud, 2023; Ritos & Daud, 2020; Suradi & Daud,

2024a, 2024b; Yusof & Daud, 2023, 2025; Abd Hamid & Daud, 2025). Teori *multiple intelligences* yang dikemukakan oleh Gardner (1993) mengklasifikasikan kemahiran interpersonal sebagai satu bentuk kecerdasan yang membolehkan individu memahami emosi, niat, dan motivasi orang lain. Dalam konteks komunikasi digital, mahasiswa yang menggunakan *LeoMatch* berpotensi mengembangkan kemahiran ini melalui interaksi berstruktur yang membolehkan mereka menyesuaikan gaya komunikasi dengan pelbagai jenis individu dalam pelbagai situasi. Pearson (2000) pula menegaskan bahawa kelemahan dalam komunikasi sering menjadi punca utama kepada salah faham dan konflik sosial. Oleh itu, keupayaan aplikasi ini untuk meningkatkan kecekapan komunikasi interpersonal mahasiswa Gen Z ialah satu kajian yang menarik untuk diterokai.

Kajian ini bukan sahaja menilai tahap penerimaan mahasiswa terhadap penggunaan *LeoMatch*, tetapi juga menganalisis kesannya terhadap perkembangan kemahiran komunikasi interpersonal mereka dari sudut pragmatik. Dengan adanya teknologi seperti *LeoMatch*, mahasiswa dapat meneroka peluang baharu untuk meningkatkan kecekapan komunikasi mereka dalam persekitaran yang lebih selamat dan terkawal. Keberkesanan aplikasi ini memberikan implikasi yang signifikan kepada pendidikan tinggi dan pembangunan sosial mahasiswa. Sehubungan dengan itu, kajian ini bertujuan:

- a) mengenal pasti pandangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM terhadap aplikasi *LeoMatch* sebagai medium peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal berdasarkan prinsip pragmatik;
- b) menganalisis kesan penggunaan aplikasi *LeoMatch* terhadap peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM dari perspektif pragmatik; dan
- c) merumuskan cadangan bagi meningkatkan keberkesanan penggunaan *LeoMatch* sebagai medium pembelajaran komunikasi interpersonal dalam konteks pendidikan tinggi, dengan penekanan tentang aspek pragmatik komunikasi digital.

Dengan mengenal pasti kelebihan dan kekurangan aplikasi ini, kajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada bidang linguistik dan komunikasi digital. Hasil kajian ini juga boleh menjadi asas kepada cadangan penambahbaikan aplikasi dan strategi pembelajaran komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa universiti.

2.0 SOROTAN KAJIAN LEPAS

Kajian lepas mengenai komunikasi dalam aplikasi janji temu secara dalam talian telah memberikan gambaran mendalam tentang tingkah laku pengguna, cabaran komunikasi, dan kesan psikologi. Pelbagai aspek telah dikaji, termasuklah keberhasilan hubungan dalam talian, strategi komunikasi, pembentukan kepercayaan, serta faktor sosial dan psikologi yang mempengaruhi penggunaan aplikasi ini. Sorotan kajian lepas ini bertujuan memahami cara komunikasi interpersonal dalam aplikasi janji temu digital dipengaruhi oleh norma digital dan cara komunikasi interpersonal ini boleh dianalisis dari perspektif pragmatik, khususnya melalui teori relevans. Dengan meneliti penyelidikan terdahulu, pengkaji dapat mengenal pasti corak komunikasi, cabaran interaksi, dan strategi yang digunakan oleh pengguna dalam usaha membina hubungan sosial. Selain itu, bahagian ini juga menyoroti cara makna tersirat dalam komunikasi digital boleh menyebabkan salah tafsir, yang seterusnya menjejaskan hubungan dalam talian. Oleh itu, analisis

pragmatik amat penting dalam usaha memahami penggunaan bahasa menerusi janji temu secara dalam talian, khususnya dalam aspek pertukaran mesej, implikatur, dan konteks komunikasi. Kajian-kajian ini juga menunjukkan bahawa komunikasi dalam aplikasi janji temu bukan sekadar berasaskan interaksi sosial biasa, tetapi turut melibatkan unsur perundingan makna, kepercayaan, dan keserasian dalam pembentukan hubungan yang lebih kukuh.

Kajian oleh Saputri et al. (2023) meneliti proses keberhasilan pengguna dalam pembinaan hubungan menerusi aplikasi Tinder. Hubungan interpersonal yang terjalin melalui Tinder mempunyai keunikan tersendiri kerana hubungan ini melibatkan elemen digital dan penggunaan aplikasi secara maya. Kajian ini mendapati bahawa pengguna aplikasi ini, terutamanya generasi Z, menggunakan Tinder untuk mencari teman berbual atau pasangan. Hasil kajian juga menunjukkan bahawa komunikasi interpersonal yang terjalin dalam aplikasi ini berperanan penting dalam pembentukan daya tarikan bersama antara pengguna. Namun begitu, pertemuan fizikal sering menimbulkan cabaran seperti ketidaksepadanan persepsi terhadap rupa paras, yang seterusnya menjejaskan hubungan yang telah terbina. Selain itu, komunikasi dalam aplikasi ini sering kali terdedah kepada risiko salah faham yang boleh menjejaskan pemahaman antara pasangan. Kajian ini turut mengenal pasti cabaran komunikasi yang dialami pengguna Tinder serta strategi yang digunakan untuk mengatasi rintangan dalam interaksi maya.

Selain itu, Anggraini et al. (2024) pula meneliti perilaku komunikasi pengguna Tinder dalam pembentukan hubungan dalam kalangan mahasiswa UIIN Raden Fatah Palembang. Kajian ini mendapati bahawa komunikasi interpersonal dalam Tinder melibatkan pembinaan kepercayaan, ekspresi emosi dan proses penyesuaian diri. Pengguna mengaplikasikan pelbagai strategi komunikasi seperti penggunaan emotikon, gambar profil dan sistem pesanan ringkas untuk mewujudkan keselesaan serta membina hubungan yang lebih akrab. Walau bagaimanapun, hasil kajian menunjukkan bahawa kebanyakan hubungan yang terbentuk bersifat santai tanpa niat yang mendalam. Kajian ini turut menekankan kepentingan kesedaran pengguna tentang etika dan keselamatan dalam penggunaan aplikasi Tinder, khususnya dalam usaha mengelakkan manipulasi identiti dan eksploitasi emosi yang boleh menjejaskan proses komunikasi interpersonal.

Dari perspektif psikologi, Vebiyolla dan Rohmadani (2024) meneliti faktor psikososial yang mendorong individu menggunakan aplikasi janji temu secara dalam talian. Kajian ini mendapati bahawa individu yang berasa sepi cenderung menggunakan aplikasi ini sebagai mekanisme untuk bersosial dan mendapatkan interaksi sosial yang diperlukan mereka. Namun begitu, hasil kajian turut menunjukkan bahawa kebergantungan pada aplikasi ini tidak semestinya membawa kepada hubungan yang berkekalan, sebaliknya berfungsi sebagai cara untuk mengisi kekosongan emosi yang bersifat sementara. Kajian ini menggariskan keperluan untuk memahami faktor psikologi yang mempengaruhi motivasi penggunaan aplikasi janji temu, serta cara elemen digital ini dapat mempengaruhi interaksi sosial individu.

Selain itu, Ariyanti (2023) meneroka hubungan antara kecemasan sosial, kesepian dan pendedahan diri secara maya dalam kalangan pengguna Tinder. Kajian ini mendapati bahawa terdapat korelasi positif antara tahap kecemasan sosial yang tinggi dengan kecenderungan individu untuk mendedahkan maklumat peribadi secara dalam talian. Data daripada 113 orang responden menunjukkan bahawa kecemasan sosial dan kesepian menyumbang sebanyak 41% kepada kecenderungan pendedahan diri di platform digital. Faktor utama yang mendorong fenomena ini ialah keinginan untuk membina hubungan yang lebih mendalam serta usaha mengatasi rasa sunyi dalam kehidupan. Kajian ini menyimpulkan bahawa walaupun aplikasi janji temu mampu menjadi medium untuk meningkatkan

keyakinan diri dalam komunikasi, pengguna perlu lebih berhati-hati dalam usaha mengurus maklumat peribadi bagi mengelakkan risiko penyalahgunaan.

Kajian oleh Febriani dan Rinaldi (2023) meneliti penggunaan aplikasi janji temu Tinder yang dapat mempengaruhi tahap pendedahan diri pengguna. Dengan menggunakan teori komunikasi interpersonal, kajian ini mendapati bahawa pendedahan diri yang berlebihan dalam aplikasi janji temu boleh menyebabkan individu terdedah kepada eksploitasi emosi dan manipulasi sosial. Kajian ini turut mendapati bahawa walaupun komunikasi interpersonal memainkan peranan penting dalam pembinaan hubungan sosial secara maya, tahap ketersediaan individu untuk berkomunikasi secara terbuka bergantung pada faktor seperti personaliti dan pengalaman lampau.

Rumusannya, kajian lalu banyak meneliti aspek psikologi, sosiologi, dan kepercayaan dalam penggunaan aplikasi janji temu, namun terdapat jurang dalam usaha memahami cara mahasiswa Melayu Gen Z memproses dan menyesuaikan strategi komunikasi mereka dalam interaksi digital melalui analisis pragmatik, khususnya teori relevans. Kajian ini penting kerana dapat menjelaskan cara pengguna mentafsir maksud tersirat, mengurus konteks interaksi, serta menyesuaikan gaya bahasa dalam komunikasi yang serba pantas, sekali gus memperkukuh kemahiran komunikasi interpersonal mereka. Selain itu, faktor budaya dan bahasa dalam kalangan mahasiswa Melayu juga berperanan dalam pembentukan kedinamikan komunikasi dalam aplikasi ini, yang mungkin berbeza dengan kajian terdahulu yang lebih memberikan tumpuan kepada konteks luar Malaysia. Melalui pendekatan pragmatik, kajian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara mahasiswa menavigasi cabaran komunikasi dalam aplikasi janji temu, termasuklah menangani salah tafsir, membina daya tarikan linguistik, serta mengurus keseimbangan antara pendedahan diri dengan batasan privasi. Sehubungan dengan itu, kajian ini berpotensi menyumbang kepada perbincangan akademik yang lebih luas mengenai evolusi interaksi sosial dalam era digital serta implikasi tentang penguasaan komunikasi dalam konteks maya dan realiti sosial.

3.0 METODOLOGI KAJIAN

Metodologi kajian merupakan satu set kaedah yang digunakan untuk menjalankan kajian tentang subjek tertentu. Kajian ini bertujuan menilai pandangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM terhadap aplikasi *Leomatch* sebagai medium dalam usaha meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal. Metodologi yang digunakan dalam kajian ini penting untuk memastikan data yang diperoleh sahih dan relevan. Oleh itu, bahagian ini akan membincangkan reka bentuk kajian, instrumen kajian, cara mendapatkan responden, cara memperoleh data, cara memproses dan mempersembahkan data.

3.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, iaitu pendekatan berdasarkan pengiraan. Kajian ini menganalisis data dengan menggunakan kaedah tinjauan silang-rentas yang diperoleh daripada responden. Kaedah kuantitatif ini dimanfaatkan dengan penyediaan borang soal selidik secara dalam talian melalui aplikasi Google Forms untuk mendapatkan pandangan daripada responden.

3.2 Instrumen Kajian

Instrumen kajian merujuk alat atau kaedah yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penyelidikan. Instrumen kajian ialah komponen penting dalam proses penyelidikan yang dapat membantu penyelidik mendapatkan maklumat yang diperlukan. Dalam kajian ini, instrumen yang digunakan ialah borang soal selidik. Borang ini diagihkan secara rawak kepada mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM. Borang ini terdiri daripada empat bahagian. Bahagian A mengandungi demografi responden seperti jantina, umur, bangsa, fakulti dan tahun pengajian. Bahagian B memuatkan soal selidik bagi menjawab objektif kajian yang pertama, iaitu mengenal pasti pandangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM terhadap aplikasi *Leomatch* sebagai medium peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal. Tinjauan menggunakan skala dua mata, iaitu 'ya' atau 'tidak'. Bahagian C pula mengandungi soal selidik bagi menjawab objektif kajian yang kedua, iaitu menganalisis pandangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM tentang kesan penggunaan aplikasi *Leomatch* sebagai medium peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal. Soalan dalam bahagian ini terdiri daripada lima jenis soalan. Skala likert lima mata turut digunakan sebagai pilihan jawapan dalam bahagian ini, iaitu sangat setuju, setuju, neutral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Bahagian D mengandungi soalan selidik bagi menjawab objektif kajian yang terakhir, iaitu merumuskan pandangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM tentang cadangan aplikasi *Leomatch* sebagai medium peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal. Bahagian ini mempunyai satu soalan dan lima jenis pilihan jawapan. Pada bahagian ini, responden perlu menyatakan sokongan pilihan jawapan mengikut kreativiti sendiri. Secara keseluruhannya, bahagian B, C dan D mempunyai 12 soalan.

3.3 Cara Mendapatkan Responden

Populasi dan sampel kajian terdiri daripada mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM. Pemilihan responden dilakukan dengan kaedah pensampelan berstrata mengikut fakulti. Seramai 620 orang pelajar dijadikan responden. Responden kajian ini terdiri daripada 310 orang pelajar lelaki dan 310 orang pelajar perempuan daripada pelbagai peringkat umur, tahun pengajian dan fakulti. Populasi kajian terdiri daripada mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM dari enam fakulti utama, iaitu:

- a) Fakulti Pengurusan Teknologi dan Teknousahawanan (FPTT);
- b) Fakulti Teknologi Maklumat dan Komunikasi (FTMK);
- c) Fakulti Teknologi Kejuruteraan Elektrik (FTKE);
- d) Fakulti Teknologi dan Kejuruteraan Industri dan Pembuatan (FTKIP);
- e) Fakulti Teknologi dan Kejuruteraan Elektronik dan Komputer (FTKEK); dan
- f) Fakulti Teknologi Kejuruteraan Mekanikal (FTKM).

3.4 Cara Memproses dan Mempersembahkan Data

Data dianalisis dengan kaedah deskriptif dalam bentuk skala likert. Kekekapan (n) dan peratusan (%) digunakan untuk soalan biner dan aneka pilihan bagi menggambarkan taburan jawapan responden. Data yang dipaparkan dalam bentuk jadual. Skala digunakan untuk menerangkan jadual agar lebih mudah difahami.

4.0 ANALISIS DAN PERBINCANGAN

Seramai 620 orang mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM telah menjadi responden. Latar belakang demografi yang telah diambil daripada responden ialah jantina, tahun pengajian, fakulti, bangsa, dan anggaran umur. Berdasarkan kaji selidik, kajian mendapati bahawa 310 (50%) orang responden ialah lelaki, manakala 310 (50%) orang responden ialah perempuan. Jumlah ini menunjukkan bahawa jumlah responden antara lelaki dengan perempuan sama banyak. Bagi tahun pengajian, 310 (50%) orang responden ialah pelajar tahun 1, 210 (33.9%) orang responden ialah pelajar tahun 2, 60 (9.7%) orang responden ialah pelajar tahun 3, dan 40 (6.4%) orang responden ialah pelajar tahun 4. Daripada kaji selidik ini, pelajar tahun 1 menunjukkan jumlah yang paling besar. Bagi fakulti pula, 240 (38.7%) orang responden dari Fakulti Teknologi dan Kejuruteraan Mekanikal (FTKM), 100 (16.1%) orang responden dari Fakulti Teknologi dan Kejuruteraan Industri dan Pembuatan (FTKIP), manakala Fakulti Pengurusan Teknologi dan Teknousahawan (FPTT) dan Fakulti Teknologi Maklumat dan Komunikasi (FTMK) berkongsi jumlah yang sama, iaitu 80 (12.9%) orang responden. Fakulti Teknologi dan Kejuruteraan Elektronik dan Komputer (FTKEK) serta Fakulti Teknologi Kejuruteraan Elektrik (FTKE) juga berkongsi jumlah yang sama, iaitu 60 (9.7%) orang responden. Bagi lingkungan umur, 400 (64.5%) orang responden berumur antara 21 hingga 23 tahun, 120 (19.4%) orang responden berumur antara 18 hingga 20 tahun, 90 (14.5%) orang responden berumur antara 24 hingga 26 tahun, dan selebihnya berusia 27 tahun dan ke atas. Jadual 1 menunjukkan latar belakang demografi responden secara keseluruhan.

Jadual 1: Latar Belakang Demografi Responden

Item	Kategori	Kekerapan (N)	Peratusan (%)
Jantina	lelaki	310	50
	Perempuan	310	50
Umur	18-20	120	19.4
	21-23	400	64.5
	24-26	90	14.5
	27 dan ke atas	10	1.6
Fakulti	FPTT	80	12.9
	FTMK	80	12.9
	FTKE	60	9.7
	FTKIP	100	16.1
	FTKM	240	38.7
	FTKTK	60	9.7

Jadual 2 menunjukkan dapatan kajian bagi objektif 1 yang telah dijawab oleh 620 orang mahasiswa.

Jadual 2: Dapatan Untuk Mengenal Pasti Pandangan Mahasiswa Melayu Gen Z Di Utem Tentang Aplikasi Leomatch Sebagai Medium Peningkatan Kemahiran Komunikasi Interpersonal Berdasarkan Prinsip Pragmatik

Soalan	Kategori	Kekerapan (N)	Peratus (%)
Adakah anda merasakan penggunaan aplikasi Leomatch dapat meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal?	Ya	470	75.8
	Tidak	150	24.2
Adakah anda menghadapi kesukaran untuk berkomunikasi dengan orang sekeliling?	Ya	340	54.8
	Tidak	280	45.2
Adakah sokongan daripada Leomatch dapat membantu anda meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal anda?	Ya	380	61.3
	Tidak	240	38.7
Adakah anda berpendapat bahawa penggunaan aplikasi Leomatch dapat membantu meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa Melayu di UTeM?	Ya	390	62.9
	Tidak	230	37.1
Adakah anda memerlukan kemudahan lain selain aplikasi Leomatch untuk meningkatkan kemahiran interpersonal anda?	Ya	290	46.8
	Tidak	330	53.2

Berdasarkan Jadual 2, sebanyak 470 (75.8%) orang responden menyokong penggunaan aplikasi LeoMatch sebagai medium peningkatan kemahiran komunikasi. Keadaan ini difikirkan sesuai dengan ciri-ciri Gen Z yang lebih berminat dengan interaksi digital, bersifat ekspresif, dan mempunyai keutamaan terhadap komunikasi yang ringkas, tetapi bermakna (Prensky, 2001). Dari sudut pragmatik dan teori relevans (Sperber & Wilson, 1986; 1995), mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM menunjukkan kecenderungan yang tinggi tentang bentuk komunikasi yang menekankan *cognitive effects* dengan usaha pemprosesan yang minimum.

Sebagai contoh, komunikasi dalam aplikasi LeoMatch banyak bergantung pada penggunaan ujaran yang bersifat santai, humor, dan sindiran halus (*mild teasing*), yang merupakan sebahagian daripada budaya komunikasi Gen Z (Chaykowski, 2018). Contoh di bawah menunjukkan ujaran ajakan janji temu dalam aplikasi ini.

A: Weh, nak study tapi mata dah juling. Jom rehat minum teh tarik?

B: Haha, kalau ada teh tarik free boleh je. Aku memang expert bab rehat ni.

Jika diteliti, A menggunakan elemen hiperbola "mata dah juling". Penggunaan elemen hiperbola ini ialah salah satu bentuk bahasa figuratif yang sering digunakan oleh Gen Z dalam komunikasi digital (Tagg, 2012). Dari sudut pragmatik, ujaran ini memberikan *ostensive stimulus* yang cukup jelas tetapi tidak mendesak, membolehkan B membuat inferens bahawa A ingin mengajaknya keluar tanpa perlu menyatakan secara eksplisit. Respons B pula menunjukkan penggunaan *self-deprecating humor* "aku memang expert bab rehat ni", yang sering digunakan oleh mahasiswa Melayu Gen Z untuk merapatkan hubungan sosial dalam komunikasi digital.

Selain itu, sebanyak 61.3% menyatakan bahawa mereka lebih selesa menggunakan aplikasi LeoMatch kerana membolehkan mereka mengawal tempo perbualan dan mengurangkan tekanan komunikasi bersemuka. Kenyataan ini sejajar dengan dapatan pragmatik bahawa mahasiswa Melayu Gen Z lebih cenderung menggunakan strategi komunikasi tidak langsung (*indirect speech acts*) untuk mengelakkan situasi canggung (*awkwardness*) seperti dalam data di bawah.

A: Dengar cerita, kalau orang suka kita, dia akan bagi hint.

B: Hmmm, hint macam mana? Nak bagi contoh?

Dalam kes ini, ujaran A bersifat *implicit trigger*, yang memerlukan pemrosesan inferens oleh penerima (Wilson & Sperber, 2004). Keadaan ini menunjukkan bahawa mahasiswa Melayu Gen Z lebih gemar menggunakan komunikasi berlapis-lapis yang memerlukan *contextual processing* untuk memahami makna tersirat. Kajian ini juga mendapati bahawa sebanyak 54.8% mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM menganggap aplikasi LeoMatch membantu mereka berkomunikasi dengan lebih yakinnya, terutamanya bagi mereka yang pemalu atau *introvert*. Dapatan ini selari dengan konsep *cognitive effort* dalam teori relevans. Dalam hal ini, aplikasi LeoMatch membolehkan mereka menyusun ujaran terlebih dahulu sebelum menghantar mesej, sekali gus mengurangkan tekanan komunikasi spontan yang sering menjadi cabaran dalam interaksi bersemuka (Walther, 1996). Contohnya,

A: Aku sebenarnya malas nak keluar, tapi kalau tempat makan tu best, boleh je consider.

B: Haaa, kena umpan makanan baru nak keluar? Jom la, aku belanja fries.

Berdasarkan data di atas, A menggunakan strategi pragmatik dengan menyampaikan keinginan secara tidak langsung, manakala B memahami isyarat tersebut dan memberikan respons yang memotivasikan interaksi. Keadaan ini membuktikan bahawa mahasiswa Melayu Gen Z menggunakan aplikasi ini sebagai ruang latihan komunikasi interpersonal yang lebih fleksibel dan kurang mendesak.

Akhir sekali, sebanyak 62.9% responden menyatakan bahawa aplikasi LeoMatch berkesan dalam usaha membantu mereka meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal kerana aplikasi ini menyediakan persekitaran komunikasi yang lebih *low-stakes* dan menyeronokkan. Hal ini berkait rapat dengan sifat Gen Z yang lebih selesa dengan komunikasi berbentuk santai dan tidak terlalu formal (Woodman & Wyn, 2015). Contoh di bawah menunjukkan cara mahasiswa Melayu Gen Z menggunakan aplikasi ini untuk menguji reaksi pasangan komunikasi dengan strategi *playful teasing*.

A: Kau perasan tak, orang yang reply laju ni biasanya memang suka lebih.

B: Hahaha, so siapa yang mula dulu ni? Boleh check history chat?

Berdasarkan contoh di atas, A menggunakan strategi *teasing implicature* yang membolehkan interaksi berlangsung dalam nada santai dan tidak terlalu serius. Respons B pula menunjukkan pemahaman tentang makna tersirat dalam ujaran A yang memerlukan pemrosesan inferens yang relevan dalam konteks perbualan mereka.

Secara keseluruhannya, dapatan kajian ini menunjukkan bahawa mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM mendapati aplikasi LeoMatch bukan sahaja sebagai platform sosial, tetapi juga sebagai alat latihan komunikasi interpersonal. Dari perspektif pragmatik dan teori relevans, mahasiswa Melayu Gen Z menggunakan aplikasi ini untuk bereksperimen dengan pelbagai bentuk ujaran, memahami inferens kontekstual, serta mengasah keupayaan mereka dalam menyeimbangkan effort dan effect dalam komunikasi digital. Dengan kebergantungan yang tinggi terhadap komunikasi digital, aplikasi LeoMatch menjadi alat yang relevan dalam pengukuhan kemahiran komunikasi mereka dalam dunia sosial yang semakin berkembang. Namun begitu, dapatan turut menunjukkan bahawa hampir separuh daripada responden (46.8%) masih memerlukan kemudahan tambahan selain aplikasi LeoMatch bagi memperkukuh kemahiran komunikasi interpersonal mereka. Ini mencerminkan keperluan terhadap pendekatan komunikasi yang lebih pelbagai – termasuk latihan bersemuka, bimbingan profesional, dan aktiviti sosial secara langsung – bagi melengkapkan keberkesanan latihan melalui platform digital. Maka, walaupun LeoMatch memainkan peranan signifikan, ia harus dilihat sebagai

pelengkap dalam ekosistem pembelajaran komunikasi Gen Z yang bersifat multimodal.

Seterusnya, objektif kedua bagi kajian ini adalah untuk menganalisis kesan penggunaan aplikasi *LeoMatch* terhadap peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM dari perspektif pragmatik. Jadual 3 menunjukkan dapatan kajian bagi objektif kedua yang telah dijawab oleh 620 orang mahasiswa.

Jadual 3: Dapatan untuk menganalisis kesan penggunaan aplikasi *LeoMatch* terhadap peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM dari perspektif pragmatik.

Soalan	Kategori	Kekerapan (N)	Peratus (%)
Adakah anda bersetuju bahawa penggunaan aplikasi Leomatch dapat membantu anda untuk memulakan perbualan dengan rakan atau orang sekeliling?	Sangat setuju	120	19.4
	Setuju	210	33.9
	Neutral	240	38.7
	Tidak setuju	30	4.8
	Sangat tidak setuju	20	3.2
Adakah anda bersetuju bahawa penggunaan aplikasi Leomatch membuatkan anda lebih yakin untuk memanjangkan perbualan dengan rakan atau orang sekeliling?	Sangat setuju	80	12.9
	Setuju	230	37.1
	Neutral	210	33.9
	Tidak setuju	60	9.7
	Sangat tidak setuju	40	6.5
Adakah anda bersetuju bahawa penggunaan aplikasi Leomatch membuatkan anda berasa lebih senang untuk mendapatkan kenalan baharu?	Sangat setuju	110	17.7
	Setuju	240	38.7
	Neutral	180	29
	Tidak setuju	70	11.3
	Sangat tidak setuju	20	3.2
Adakah anda bersetuju bahawa penggunaan aplikasi Leomatch dapat membantu anda menyesuaikan diri dengan rakan atau orang sekeliling?	Sangat setuju	120	19.4
	Setuju	240	38.7
	Neutral	160	25.8
	Tidak setuju	80	12.9
	Sangat tidak setuju	20	3.2
Adakah anda bersetuju bahawa penggunaan aplikasi Leomatch dapat meningkatkan keyakinan diri apabila berhadapan dengan seseorang yang baru anda kenali?	Sangat setuju	120	19.4
	Setuju	190	30.6
	Neutral	200	32.3
	Tidak setuju	90	14.5
	Sangat tidak setuju	20	3.2

Kajian ini menggariskan kepentingan aplikasi *LeoMatch* sebagai medium inovatif bagi meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa Melayu Gen Z, khususnya dalam konteks interaksi digital yang semakin mendominasi landskap komunikasi kontemporari. Secara pragmatik, aplikasi ini bukan sekadar alat komunikasi, tetapi berfungsi sebagai pemudah cara dalam penyampaian makna yang lebih efisien, berasaskan prinsip keseimbangan antara kesan kognitif (*cognitive effects*) dengan usaha pemprosesan (*processing effort*) seperti yang digariskan dalam teori relevans oleh Sperber dan Wilson (1995). Prinsip utama teori ini menegaskan bahawa penerima hanya akan menumpukan perhatian kepada suatu ujaran sekiranya manfaat kognitif yang diperoleh mengatasi usaha yang diperlukan untuk memahami maklumat tersebut. Oleh itu, aplikasi *LeoMatch* direka untuk mengurangkan beban pemprosesan kognitif dengan menyajikan cadangan ujaran yang sesuai dengan konteks komunikasi pengguna, sekali gus mengoptimalkan keberkesanan interaksi.

Contohnya, seorang mahasiswa yang kurang yakin untuk memulakan perbualan dalam talian akan mendapat manfaat daripada sistem cadangan ujaran yang disesuaikan secara kontekstual. Jika sistem mencadangkan ayat seperti "Awak minat movie apa? Saya tengah cari movie menarik untuk hujung minggu ini.",

pengguna tidak perlu bersusah payah membentuk ujaran yang bersesuaian. Dalam kerangka pragmatik, ujaran ini memenuhi dua syarat utama komunikasi berkesan, iaitu pemilihan ujaran yang kontekstual relevan (*contextual appropriateness*) dan pengurangan usaha pemprosesan (*reduced processing effort*). Dalam konteks teori relevans, cadangan ujaran ini mampu mempercepat proses inferens, membolehkan pengguna memahami maksud ujaran tanpa perlu mengerahkan usaha pemprosesan yang tinggi. Berdasarkan dapatan kajian, sebanyak 33.9% responden bersetuju bahawa sistem cadangan ujaran ini dapat membantu mereka memulakan interaksi, manakala 19.4% sangat bersetuju. Keadaan ini menunjukkan bahawa aplikasi *LeoMatch* berkesan bagi mengatasi halangan komunikasi awal yang sering dihadapi oleh mahasiswa.

Selain itu, data empirikal kajian menunjukkan bahawa kesinambungan perbualan dalam platform ini dipengaruhi oleh keberkesanan mekanisme adaptasi kontekstual dalam aplikasi. Secara pragmatik, konsep ini berkaitan dengan pemeliharaan relevansi dalam pertukaran maklumat (*contextual adherence*), yang memainkan peranan penting bagi memastikan interaksi tidak terhenti pada tahap permulaan. Misalnya, apabila pengguna menunjukkan minat terhadap bola sepak, aplikasi akan mencadangkan ujaran seperti "Saya team Liverpool, tetapi musim ini agak mencabar. Awak sokong team mana?". Strategi ini menunjukkan cara aplikasi *LeoMatch* memanfaatkan konsep pengoptimuman relevansi (*optimal relevance*) untuk menggalakkan kesinambungan perbualan. Dapatan kajian mendapati bahawa 37.1% responden bersetuju bahawa aplikasi *LeoMatch* membantu mereka mengekalkan interaksi lebih lama. Keadaan ini membuktikan bahawa elemen relevansi konteks merupakan faktor dominan yang mendorong keberkesanan komunikasi. Dalam teori relevans, ujaran yang memberikan kesan kognitif yang tinggi dengan usaha pemprosesan yang rendah lebih cenderung diterima secara positif (Wilson & Sperber, 2004).

Tambahan pula, aplikasi *LeoMatch* berperanan sebagai pemudah cara sosial digital dengan memudahkan pembentukan jaringan komunikasi yang lebih luas. Berdasarkan dapatan kajian, 38.7% responden bersetuju bahawa aplikasi ini membantu mereka mendapatkan kenalan baharu dengan lebih mudahnya. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep pragmatik inferens sosial (*social inference*), iaitu individu membentuk andaian sosial (*social assumptions*) berdasarkan maklumat linguistik dalam interaksi. Contohnya, apabila seseorang menerima mesej seperti "Saya baru pindah ke kampus ini, masih mencari tempat makan yang bagus. Ada cadangan?", pemprosesan pragmatik secara automatik akan mentafsir ujaran tersebut sebagai satu bentuk inisiatif sosial untuk membuka ruang interaksi. Dalam konteks pragmatik, ujaran ini boleh dikategorikan sebagai pengundang interaksi (*interactional prompt*) yang bertujuan memupuk keterlibatan percakapan (*conversational involvement*) yang amat penting dalam pembinaan hubungan sosial yang lebih kukuh.

Selain itu, aplikasi ini turut membantu mahasiswa menyesuaikan diri dalam pelbagai situasi sosial dengan lebih berkesannya. Dapatan kajian menunjukkan bahawa 38.7% responden bersetuju dan 19.4% sangat bersetuju bahawa penggunaan aplikasi ini dapat meningkatkan kefahaman mereka tentang strategi komunikasi interpersonal. Dalam teori relevans, pemilihan ujaran yang bersesuaian dengan audiens dan konteks amat penting dalam usaha memastikan penyampaian makna yang berkesan (Clark, 1996). Contohnya, sekiranya seorang pengguna menyedari bahawa individu yang berinteraksi dengannya merupakan pelajar bidang perubatan, dia mungkin akan menggunakan ujaran seperti "Saya dengar belajar bidang medic sangat mencabar. Betul ke?". Pilihan ujaran ini mencerminkan adaptasi kontekstual (*contextual adaptation*) yang berperanan dalam usaha

mengekalkan kesinambungan komunikasi serta memastikan ujaran yang disampaikan mencapai kesan kognitif maksimum dengan usaha pemprosesan yang minimum.

Selain meningkatkan kecekapan komunikasi, aplikasi ini juga menyumbang kepada pembentukan keyakinan diri dalam kalangan mahasiswa. Kajian mendapati bahawa 50% responden berasa lebih yakin untuk berbual dengan individu baharu selepas menggunakan aplikasi ini. Fenomena ini sejajar dengan konsep pragmatik pengesahan sosial (*social validation*), iaitu pengguna memperoleh keyakinan hasil daripada pengalaman komunikasi yang berjaya melalui aplikasi. Seorang responden menyatakan bahawa "Sebelum ini saya segan untuk memulakan perbualan, tetapi selepas menggunakan LeoMatch, saya lebih selesa kerana sudah terbiasa berkomunikasi dengan orang baharu." Kenyataan ini membuktikan bahawa aplikasi ini bukan sekadar platform komunikasi, tetapi juga bertindak sebagai alat latihan sosial yang mampu meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal secara holistik. Dalam konteks teori relevans, setiap interaksi yang berjaya mencetuskan kesan kognitif positif berupaya memperkukuh keupayaan komunikasi seseorang dalam jangka panjang (Yus, 2011).

Kesimpulannya, dapatan kajian ini mengesahkan bahawa aplikasi *LeoMatch* bukan sahaja memudahkan komunikasi interpersonal dalam kalangan mahasiswa, tetapi juga mengoptimumkan strategi komunikasi melalui mekanisme pragmatik yang kompleks. Dengan mengurangkan usaha pemprosesan, meningkatkan kesan kognitif, serta memastikan interaksi linguistik bersifat relevan, aplikasi ini bukan sahaja relevan dalam konteks interaksi digital, tetapi juga berpotensi menjadi alat pedagogi linguistik yang efektif dalam pembentukan kompetensi komunikasi mahasiswa secara menyeluruh. Secara keseluruhannya, dapatan ini memperkukuh teori relevans yang menegaskan bahawa komunikasi yang berjaya ialah komunikasi yang memberikan manfaat kognitif maksimum dengan usaha pemprosesan yang minimum (Sperber & Wilson, 1995). Oleh hal yang demikian, aplikasi *LeoMatch* berpotensi untuk diterapkan dalam konteks pendidikan, latihan komunikasi profesional, serta intervensi sosial bagi meningkatkan keberkesanan interaksi linguistik dalam masyarakat moden.

Akhir sekali, Jadual 4 menunjukkan dapatan kajian bagi objektif ketiga yang telah dijawab oleh 620 orang mahasiswa.

Jadual 4: Cadangan Meningkatkan Keberkesanan Penggunaan *Leomatch* Sebagai Medium Pembelajaran Komunikasi Interpersonal

Soalan	Cadangan	Kekerapan (N)	Peratus (%)
Pada pendapat anda, apakah cadangan untuk meningkatkan penggunaan aplikasi <i>Leomatch</i> dalam kalangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM sebagai medium peningkatan kemahiran komunikasi interpersonal?	Mempromosikan aplikasi <i>Leomatch</i> dalam grup Whatsapp.	170	27.4
	Membuat poster untuk diletakkan di kampus.	80	12.9
	Membuat video promosi di media sosial seperti TikTok atau Instagram.	150	24.2
	Memperkenalkan <i>Leomatch</i> secara langsung kepada rakan.	130	21
	Memberikan ganjaran kepada pelajar yang berjaya mengajak rakannya menggunakan aplikasi <i>Leomatch</i> .	90	14.5

Berdasarkan Jadual 4, hasil kajian menunjukkan bahawa beberapa strategi telah dicadangkan bagi meningkatkan penggunaan aplikasi ini dalam kalangan mahasiswa. Analisis pragmatik terhadap cadangan ini menyoroti keberkesanan komunikasi digital serta cara setiap strategi berfungsi dalam usaha memastikan kesan kognitif maksimum dengan usaha pemprosesan minimum seperti yang ditegaskan dalam teori relevans (Sperber & Wilson, 1995).

Dapatan kajian dalam Jadual 4 menunjukkan bahawa strategi promosi melalui grup WhatsApp merupakan pilihan cadangan yang paling dominan, iaitu 27.4%. Secara pragmatik, medium ini menawarkan pengurangan usaha pemprosesan kerana mahasiswa hanya perlu menerima maklumat secara langsung tanpa perlu mencari sendiri. Tambahan pula, komunikasi dalam grup WhatsApp bersifat santai dan berbentuk interaksi dua hala, yang membolehkan pengguna bertanya soalan atau mendapatkan penjelasan dengan mudahnya. Dalam teori relevans, medium komunikasi yang bersifat *low-cost processing effort* ini cenderung untuk diterima dengan lebih baik kerana tidak memerlukan usaha kognitif yang tinggi daripada penerima (Wilson & Sperber, 2004). Contohnya, mesej promosi ringkas seperti "Dah cuba LeoMatch? Boleh bantu tingkatan keyakinan untuk berbual dengan orang baru! Klik link ni untuk daftar." dirangka dengan usaha pemprosesan yang rendah, menggunakan ayat yang pendek, jelas, dan fokus pada tujuan utama. Hal ini menjadikan mesej tersebut lebih relevan dan mudah diproses oleh penerima. Selain itu, strategi membuat video promosi di media sosial seperti TikTok atau Instagram turut menjadi pilihan cadangan yang tinggi, iaitu 24.2%. Dari sudut pragmatik, platform ini menawarkan kesan kognitif yang lebih tinggi kerana penyampaian maklumat berbentuk visual lebih berkesan dalam usaha menarik perhatian dan mengekalkan minat audiens. Seperti yang dinyatakan dalam kajian Yus (2011), interaksi digital yang mengandungi elemen multimodal (teks, audio, dan visual) dapat mempercepat pemahaman dan meningkatkan impak komunikasi. Contoh video promosi yang berkesan boleh menggunakan pendekatan naratif berasaskan pengalaman seperti "Dulu saya susah nak mula perbualan dengan orang baharu. Tapi sekarang, lepas guna LeoMatch, saya lebih yakin! Korang patut cuba juga!". Ujaran sebegini mengandungi unsur pemaparan pengalaman peribadi yang menjadikan mesej lebih meyakinkan dan relevan dengan audiens sasaran.

Strategi lain seperti memperkenalkan aplikasi *LeoMatch* secara langsung kepada rakan-rakan (21%) juga menunjukkan prinsip adaptasi kontekstual dalam komunikasi pragmatik. Dalam interaksi bersemuka, penutur dapat menyesuaikan nada suara, ekspresi wajah, dan intonasi bagi memastikan mesej mereka lebih persuasif dan meyakinkan. Dalam teori relevans, penyesuaian ini dikategorikan sebagai *optimally relevant communication*, iaitu maklumat yang disampaikan bukan sahaja mudah difahami, tetapi juga memberikan kesan kognitif maksimum kepada penerima (Carston, 2002). Misalnya, jika seorang mahasiswa memperkenalkan *LeoMatch* kepada rakannya dengan ujaran seperti "Kau kan selalu cakap susah nak tegur orang baru? Aku dah cuba LeoMatch, memang best! Kau cuba lah juga." Ujaran seperti ini mengandungi elemen relevansi yang tinggi kerana mampu menghubungkan aplikasi dengan keperluan dan pengalaman peribadi penerima, sekali gus meningkatkan potensi penerimaan tentang cadangan tersebut.

Cadangan lain seperti membuat poster iklan untuk diletakkan di kampus (12.9%) dan memberikan ganjaran kepada pelajar yang berjaya mengajak rakannya menggunakan aplikasi (14.5%) juga boleh dianalisis dari sudut pragmatik. Poster bersifat satu hala dan memerlukan usaha pemprosesan yang lebih tinggi kerana pembaca perlu menyaring maklumat secara aktif tanpa adanya peluang untuk interaksi dua hala. Oleh hal yang demikian, keberkesanannya bergantung pada kejelasan mesej dan rekaan visual. Contohnya, poster yang menggunakan ujaran persuasif dan soalan retorik seperti "Nak lebih yakin berkomunikasi? Sertai LeoMatch sekarang!" lebih menarik perhatian kerana mengandungi elemen daya tarikan kognitif (*cognitive salience*) yang lebih tinggi.

Sebaliknya, strategi pemberian ganjaran kepada pengguna yang mengajak rakan memanfaatkan prinsip motivasi pragmatik. Dalam hal ini, individu lebih terdorong untuk menyebarkan maklumat apabila wujud insentif berbentuk material

atau sosial. Fenomena ini boleh dikaitkan dengan prinsip komunikasi strategik (*strategic communication*) dalam pragmatik (Daud et al., 2024; Daud, Subet, & Pawi, 2024, 2023). Ini bermakna, ujaran bukan sahaja bertujuan menyampaikan maklumat, tetapi juga mempunyai tujuan tertentu, seperti mempengaruhi tingkah laku penerima (Grice, 1975). Contohnya, jika seorang mahasiswa berkata "Kalau kau daftar LeoMatch guna kod aku, kita boleh dapat points untuk tebus hadiah!".

Ujaran ini menampilkan dimensi insentif pragmatik yang menjadikan ganjaran sebagai faktor penguat kepada keberkesanan komunikasi. Secara keseluruhannya, analisis pragmatik terhadap cadangan peningkatan penggunaan aplikasi *LeoMatch* dalam kalangan mahasiswa Melayu Gen Z di UTeM menunjukkan bahawa strategi yang mengurangkan usaha pemprosesan dan meningkatkan kesan kognitif lebih cenderung untuk diterima dan diamalkan. Promosi melalui WhatsApp dan media sosial lebih berkesan kerana bersifat komunikasi santai dan interaktif, manakala strategi seperti pemberian ganjaran menambahkan motivasi sosial dalam penyebaran maklumat. Oleh itu, strategi pemasaran yang memanfaatkan prinsip pragmatik komunikasi digital, khususnya teori relevans perlu diberikan perhatian dalam usaha merumuskan pendekatan terbaik bagi memastikan penggunaan aplikasi *LeoMatch* dapat ditingkatkan secara efektif dalam konteks pendidikan tinggi.

5.0 KESIMPULAN

Kajian ini menganalisis perspektif mahasiswa Melayu Gen Z terhadap penggunaan aplikasi *LeoMatch* sebagai medium untuk meningkatkan kemahiran komunikasi interpersonal. Dapatan kajian menunjukkan bahawa majoriti mahasiswa, khususnya dalam kalangan pelajar tahun pertama, mengakui bahawa aplikasi ini membantu mereka dalam pembinaan keyakinan untuk berinteraksi, sama ada dalam konteks akademik mahupun sosial. Gen Z, yang sinonim dengan penggunaan teknologi digital sejak usia muda lebih cenderung menggunakan aplikasi dalam talian sebagai alat untuk membina jaringan sosial serta menyesuaikan diri dalam persekitaran baharu. Kemahiran komunikasi interpersonal yang mantap amat diperlukan dalam kalangan mahasiswa Melayu Gen Z bagi memastikan mereka dapat berfungsi secara efektif dalam persekitaran universiti yang menuntut interaksi sosial yang dinamik.

Dapatan kajian mendapati bahawa lebih 50% daripada 62 orang responden menyatakan bahawa aplikasi *LeoMatch* membantu mereka dalam usaha meningkatkan keberanian untuk berkomunikasi, memperluas jaringan sosial, serta memudahkan mereka untuk berintegrasi dalam komuniti kampus. Kajian ini juga mengukuhkan pandangan bahawa mahasiswa Gen Z lebih selesa menggunakan platform digital sebagai medium komunikasi utama, sekali gus menyesuaikan diri dengan norma komunikasi dalam era digital. Dalam konteks yang lebih luas, kajian ini mencadangkan bahawa universiti boleh mengambil inisiatif untuk mengadaptasi teknologi seperti *LeoMatch* dalam pembentukan modul komunikasi interpersonal yang lebih interaktif dan relevan dengan gaya komunikasi mahasiswa Gen Z.

Selain itu, pemaju aplikasi boleh menambah baik ciri-ciri aplikasi ini agar lebih sesuai untuk interaksi akademik dan sosial yang sihat dalam kalangan mahasiswa. Kajian lanjutan juga wajar dijalankan untuk menilai keberkesanan aplikasi ini dalam usaha meningkatkan komunikasi interpersonal secara bersemuka dan bukan hanya dalam talian. Kesimpulannya, penggunaan aplikasi *LeoMatch* sebagai medium komunikasi dalam kalangan mahasiswa Melayu Gen Z berpotensi untuk menjadi alat sokongan yang berkesan dalam pengukuhan kemahiran komunikasi interpersonal

mereka. Walau bagaimanapun, kajian yang lebih mendalam diperlukan untuk memahami cara aplikasi ini boleh dimanfaatkan dengan lebih optimumnya dalam konteks pendidikan tinggi serta kesannya terhadap pembentukan sahsiah dan daya komunikasi mahasiswa pada masa depan.

6.0 PENGHARGAAN

Dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, setinggi-tinggi ucapan terima kasih diucapkan kepada Muhammad Amirul Nabil bin Ang Ismail (B132410654), Muhammad Nazwan bin Abdul Rahim (B132410651), dan Muhammad Afif Darwish bin Yusrinor (B132410656) dari Fakulti Teknologi Kejuruteraan Mekanikal, Universiti Teknikal Malaysia Melaka (UTeM), 76100, Durian Tunggal, Melaka, Malaysia atas sumbangan, kerjasama, serta komitmen dalam usaha menjayakan kajian "Mahasiswa Melayu Gen Z, Aplikasi Dating, Kemahiran Komunikasi Interpersonal dan Pragmatik (Teori Relevans)." Dedikasi, usaha, dan sokongan yang diberikan amat dihargai. Pengkaji berharap semoga segala sumbangan ilmu ini dapat memberikan manfaat kepada perkembangan bidang berkaitan serta menjadi pemangkin kepada kajian lanjutan pada masa depan.

7.0 RUJUKAN

- Abd Hamid, M. F., & Daud, M. Z. (2025). Trend penggunaan data dalam bidang analisis wacana kritis di Malaysia. *Jurnal Linguistik*, 29(1), 157-170.
- Abidin, N. Z., & Daud, M. Z. (2023). Pelanggaran Eufemisme dalam Album Billie Eilish *Happier Than Ever* Berpandukan Akal Budi Melayu dan Pragmatik. *Buletin Penyelidikan Cendekia*, 1(1), 19.
- Ali, N. F., & Daud, M. Z. (2023). Unsur implisit dalam lagu rakyat "Mein Vater War Ein Wandersmann" bagi masyarakat Jerman berpandukan akal budi Melayu dan pragmatik. *Buletin Penyelidikan Cendekia*, 1(1), 34.
- Anggraini, M., Hamidah, H., & Trisiah, A. (2024). Perilaku komunikasi pengguna media sosial Tinder dalam menjalin relasi pertemanan (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang). *Journal of Internet and Software Engineering*, 1(3), 15-15.
- Ariyanti, S. (2023). Kecemasan sosial, loneliness, dan online self-disclosure pada dewasa awal pengguna dating apps Tinder. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 1475-1484.
- Bali, M., & Liu, Y. (2023). *Digital communication and social interaction in the AI era*. Oxford University Press.
- Battle, N., & White, G. (2024). *J. Ment Health Soc Behav*, 6(1), 188.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brown, P., & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Carston, R. (2002). *Thoughts and utterances: The pragmatics of explicit communication*. Blackwell.
- Clark, H. H. (1996). *Using language*. Cambridge University Press.
- Daud, M. Z., Ismail, E., Azli, M. S. M., Omar, M. K. A. R., Asyraf, M. I. A. M. J., Mahmud, N. M., ... & Sultan, A. A. M. (2024). Perspektif Mahasiswa Universiti Teknikal di Malaysia Terhadap Kecerdasan Buatan (AI) Sebagai Pemudah Cara

- Menyiapkan Tugas Berbahasa Melayu. *Innovative Teaching and Learning Journal*, 8(2), 183-198.
- Daud, M. Z., Subet, M. F., & Pawi, A. A. A. (2023). Metafora kritikan dalam mengasosiasikan naratif Pak Kaduk dengan konteks politik tempatan: Analisis pragmatik. *Buletin Penyelidikan Cendekia*, 1(1), 16.
- Daud, M. Z., Subet, M. F., & Pawi, A. A. A. (2024). Refleksi warna positif dan warna negatif dalam naratif Pak Kaduk: Analisis pragmatik. *PENDETA*, 15(2), 149-164.
- Daud, M. Z., Yasir, M. F. A., Emran, A. D., Nordin, A. H., Halim, M. Z. I. A., Jasni, N. H., ... & Subet, M. F. (2024). Mahasiswa, Slanga, Pembentangan Kumpulan Berbahasa Melayu dan Pragmatik (Teori Relevans). *Jurnal Peradaban Melayu*, 19(2), 1-14.
- Febriani, N., & Rinaldi, R. (2023). Perbedaan self-disclosure pengguna Tinder ditinjau dari motifnya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 3892-3898.
- Febrianti, I., Ayumi, M., Panjaitan, A., & Manurung, A. S. (2024). Peran komunikasi interpersonal dalam membangun identitas dan budaya organisasi. *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(1), 60-70.
- Gardner, H. (1993). *Multiple intelligences: The theory in practice*. Basic Books.
- Goldberg, S. (2024, November 14). Unlock better communication: Harness AI for interpersonal skills. *Optimus Performance*. <https://www.optimusperformance.ca/unlock-better-communication-harness-ai-for-interpersonal-skills/>
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. In P. Cole & J. L. Morgan (Eds.), *Syntax and semantics: Vol. 3. Speech acts* (pp. 41–58). Academic Press.
- Guat, T. M. (2013). Komunikasi interpersonal dalam kalangan pelajar institut pendidikan guru semasa praktikum. *Jurnal Penyelidikan IPBL*, 11, 1-17.
- Hasna, A. H., & Utami, L. S. S. (2023). Komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri pengguna dating apps. *Koneksi*, 7(2), 274-281.
- Hogan, B., & Quan-Haase, A. (2010). Persistence and change in social media. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 309–315.
- Ismail, E., Saad, M. S. M., Husain, A. H., Daud, M. Z., & Alswat, H. M. (2025). Impact of social media on higher education: Academic performance, leadership and co-curricular activity engagement. *Multidisciplinary Reviews*, 8(5), 2025142-2025142.
- Pearson, J. C. (2000). *Human communication: Understanding and sharing*. McGraw-Hill.
- Pearson, J. C., & Nelson, P. E. (1996). An introduction to human communication: Understanding & sharing. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA38185015>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Ritos, S., & Daud, M. Z. (2020). Strategi penggantian disfemisme kepada eufemisme dalam komunikasi lisan masyarakat Bidayah, Bau: Analisis pragmatik. *Asian People Journal (APJ)*, 3(1), 64-83.
- Saputri, C. T., Nursanti, S., & Lubis, F. O. (2023). Proses keberhasilan hubungan pengguna aplikasi kencan online Tinder generasi Z. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 23081-23087.
- Suradi, N., & Daud, M. Z. (2023). "British English or American English?": Penutur Melayu Gen Z dan Pemilihan Leksikal dalam Domain Pakaian Berpandukan Analisis Pragmatik. *Buletin Penyelidikan Cendekia*, 1(1), 39.
- Suradi, N., & Daud, M. Z. (2024a). Gen Z and Language Dynamics: Lexical Choice of English among Malay Students at Universiti Teknikal Malaysia Melaka (UTeM) Based on Pragmatic Analysis. *Perspektif Jurnal Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 16(2), 100-111.

- Suradi, N., & Daud, M. Z. (2024b). Cultural Linguistic Shifts: Clothing Term Preferences among Malay Gen Z at UTeM in Light of Relevance Theory. *Advance*, 105.
- Tagg, C. (2012). *Discourse of text messaging: Analysis of SMS communication*. Bloomsbury.
- Taguchi, N. (2015). Pragmatics in discourse and language teaching. *The Handbook of Discourse Analysis*, 2, 349–367.
- Top Hat. (2022, November 24). Howard Gardner's theory on multiple intelligences: Definition and meaning. Top Hat. <https://shorturl.at/jMwdC>
- Vebiyolla, M. C., & Rohmadani, Z. V. (2024). Hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan kesepian pada pengguna aplikasi dating online. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 512-524.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3–43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Wilson, D., & Sperber, D. (2004). Relevance theory. In L. R. Horn & G. Ward (Eds.), *The handbook of pragmatics* (pp. 607–632). Blackwell.
- Wilson, D., & Sperber, D. (2004). Relevance theory. In L. R. Horn & G. Ward (Eds.), *The handbook of pragmatics* (pp. 607–632). Blackwell.
- Yus, F. (2011). *Cyberpragmatics: Internet-mediated communication in context*. John Benjamins.
- Yusof, M. N., & Daud, M. Z. (2023). Keterikatan pola ayat dasar Bahasa Melayu dalam Pengajaran dan Pembelajaran (PdP) Bahasa Jepun: Analisis Pragmatik. *Buletin Penyelidikan Cendekia*, 1 (1), 23.
- Yusof, M. N., & Daud, M. Z. (2024). Pengaruh Struktur Ayat Bahasa Melayu dalam Pembelajaran Bahasa Jepun di UTeM: Analisis Berdasarkan Teori Relevans). *Advance*, 5(1), 95-100.