



PENGUNAAN MEDIA SOSIAL UNTUK SOKONGAN POLITIK DI MALAYSIA

[THE USE OF SOCIAL MEDIA FOR POLITICAL SUPPORT IN MALAYSIA]

^{*1}Ali Salman, ²Mohammad Agus Yusoff, ³Mohd Azul Mohamad Salleh &
⁴Mohd Yusof Hj Abdullah

¹ School of Communication, Taylor's University, Lakeside Campus,
Subang Jaya, Selengor, Malaysia

^{2,3,4} Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia,
43600 Bangi, Selangor, Malaysia.

*Corresponding author: ali.salman@taylors.edu.my

Received: 3 September 2017

Accepted: 27 April 2018

ABSTRACT

Kemunculan media baharu hasil daripada perkembangan rangkaian internet telah menjadikan media tersebut sebagai agen demokrasi maklumat. Bertepatan dengan peralihan budaya politik semasa, masyarakat kini lebih selesa menggunakan media sosial sebagai sumber perolehan maklumat politik terkini. Kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti impak penggunaan media sosial terhadap politik di Malaysia serta menganalisis tahap penggunaan media sosial dalam menentukan pola sokongan rakyat ke atas parti politik dan calon politik di Malaysia. Kajian ini telah dijalankan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dimana kaedah tinjauan (survey) jadi pilihan dengan menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Sebanyak 993 responden yang terdiri daripada lelaki (46.2%) dan perempuan (53.8%) telah dipilih secara random responden di negeri-negeri semenanjung Malaysia untuk mengambil bahagian dalam kajian ini. Antara hasil kajian adalah hampir dua pertiga daripada responden menggunakan akhbar (65.5%), diikuti media sosial (63.5%) dan televisyen (59.5%) untuk mencari dan membaca maklumat berkaitan dengan politik semasa di Malaysia. Hasil Kajian juga menunjukkan responden bersetuju bahawa media sosial berperanan dan mempunyai kelebihan dalam menyalurkan maklumat politik ($\text{min}=3.57$) berbanding dengan media konvensional. Kajian ini mendapati responden menyatakan persetujuan secara sederhana tentang partisipasi politik melalui media sosial. Responden bersetuju bahawa media sosial membantu mempertingkatkan imej calon dan parti politik ($\text{min}=3.17$) dengan mempamerkan aktiviti calon dalam memberi khidmat kepada rakyat ($\text{min}=3.25$). Ini sedikit sebanyak menunjukkan bahawa masyarakat pada hari ini sangat prihatin dengan apa yang dipaparkan di media sosial berkenaan perkara-perkara yang melibatkan politik semasa. Oleh itu, pemantauan terhadap maklumat politik yang dikongsikan di media sosial perlu dilakukan bagi memastikan maklumat tersebut bebas dari unsur hasutan yang boleh memecah-belahkan perpaduan.

Kata kunci: Penggunaan Media Sosial; Sokongan Politik; Malaysia; Parti politik; Partisipasi politik

ABSTRACT

The emergence of new media as a result of the development of the Internet has made the media a democratic agent of information. In conjunction with the transition of current political culture, society is now more comfortable using social media as a source of political information acquisition. This study was conducted to identify the impact of social media use on politics in Malaysia as well as to analyze the level of social media use in determining the people's pattern of support for political parties and political candidates in Malaysia. This study was conducted using a quantitative approach which is survey. Questionnaire was used as the research instrument. A total of 993 respondents consisting of male (46.2%) and female (53.8%) were randomly sampled from peninsular Malaysia to participate in the study. The findings reveal that nearly two-thirds of respondents used newspapers (65.5%), followed by social media (63.5%) and television (59.5%) to search and read current political information in Malaysia. The findings also show that respondents agreed that social media play a role and has the advantage of channeling political information (min = 3.57) compared to conventional media. The respondents somehow agreed with political participation through social media. Respondents also agreed that social media have helped to enhance the image of candidates and political parties (min = 3.17) by displaying activities of candidates serving the people (min = 3.25). This suggests that today's society is very much concerned with what is shown on social media involving current political situation. Therefore, monitoring of political information shared on social media should be done to ensure that information is free from seditious elements that can diverge unity.

Keywords: Use of Social Media; Political support; Political party; Political participation; Malaysia

Cite as: Salman, A., Yusoff, M.A., Mohamad Salleh, M.A., & Hj Abdullah, M.Y. (2018). Penggunaan media sosial untuk sokongan politik di Malaysia [The use of social media for political support in Malaysia]. *Journal of Nusantara Studies*, 3(1),51-63. <http://dx.doi.org/10.24200/jonus.vol3iss1pp51-63>

1.0 PENGENALAN

Kemunculan media baharu hasil daripada perkembangan rangkaian internet telah menjadikan media tersebut sebagai agen demokrasi maklumat. Tambahan lagi, media baharu menawarkan pelbagai jenis maklumat terkini seperti dialog dan perkongsian maklumat melalui blog, forum, wiki, chat, rangkaian sosial serta lain-lain perisian (Kubiszewski, Noordewier, & Costanza, 2011). Bukan itu sahaja, *hyperlink* dan enjin carian juga dapat menghubungkan semua secara bersama di samping memberi lebih banyak pilihan kepada para pengguna untuk meneroka dan berkongsi maklumat.

Perkembangan pesat rangkaian Internet dan teknologi dalam bidang ICT bermula sewaktu negara diperintah oleh Tun Dr. Mahathir Mohamad. Penubuhan beberapa badan seperti MIMOS, JARING dan NITA umpamanya telah meningkatkan keupayaan Internet menjadi lebih pantas. Menurut Bidin dan Mustaffa (2012), Malaysia seharusnya berterima kasih kepada Tun Dr. Mahathir Mohamad di atas sumbangan beliau dalam membangunkan Koridor Raya Multimedia, yang mana sedikit sebanyak telah membuka ruang demokrasi dalam rangkaian Internet di Malaysia sehingga kini.

Berdasarkan sejarah sistem teknologi komunikasi di negara ini, perkembangan awal rangkaian komputer di Malaysia tidak bermula dengan tujuan ketenteraan dan pertahanan negara, sebaliknya ia digunakan untuk tujuan penyelidikan dan komunikasi (Hussein & Siarap, 2000). Pada tahun 1965, rangkaian komputer telah diperkenalkan buat pertama kalinya di negara ini di mana penggunaan sistem komputer diaplikasikan dalam sektor awam. Pada ketika

itu, komputer digunakan sebagai alat untuk memproses data, mengurus organisasi serta menyimpan rekod-rekod institusi.

Selain media baharu, kemunculan media sosial juga dilihat mampu meningkatkan tahap interaktif dengan memberi kebebasan kepada pengguna untuk memilih sumber informasi dan hiburan yang diinginkan. Berbanding media tradisional seperti media cetak dan media elektronik, media baharu dilihat lebih dominan (Mustafa & Hamzah, 2011) kerana media tersebut tidak mempunyai sebarang sekatan oleh pihak pemerintah. Begitu juga dengan kelompok masyarakat pada hari ini, di mana masyarakat tidak lagi hidup berpuak-puak sebaliknya digantikan dengan struktur masyarakat berbentuk komunikasi jaringan.

Bertepatan dengan peralihan budaya politik semasa, masyarakat kini lebih selesa menggunakan media sosial sebagai sumber perolehan maklumat politik terkini. Apatah lagi kegagalan media tradisional dalam memainkan peranannya sebagai penyampai maklumat menyebabkan rakyat mula beralih kepada medium komunikasi yang baru berasaskan internet dan media digital (Awang Besar et al., 2012). Secara umumnya, kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti impak penggunaan media sosial terhadap politik di Malaysia serta menganalisis tahap penggunaan media sosial dalam menentukan pola sokongan rakyat ke atas parti politik dan calon politik di Malaysia.

2.0 SOROTAN LITERATUR

Berdasarkan kajian yang telah dijalankan oleh Meijer (2012) menunjukkan bahawa pengenalan terhadap media baharu telah membentuk persekitaran dalam komunikasi maya yang mana ianya mampu membina interaksi sosial dan membenarkan kebebasan partisipasi yang lebih luas. Ini kerana kebebasan yang ditawarkan oleh media baharu membolehkan sesiapa sahaja menyuarakan pandangan mereka tanpa mengambil kira latar belakang kelas ekonomi. Terdapat pelbagai jenis medium media baharu yang telah diperkenalkan antaranya blog, Facebook, YouTube, Twitter dan sebagainya.

Sementara itu, terdapat satu kajian yang telah dilakukan oleh Mohd Zulkifli (2011) yang membincangkan berkenaan ancaman blog berkaitan dengan aspek pembangunan dasar, polisi ICT, kewujudan blog-blog politik dan kebebasan bersuara yang terlampau. Selaras dengan Akta Komunikasi dan Multimedia (Pindaan) 2004, blog dikatakan menjadi pemangkin kepada peningkatan penggunaan Internet dan kebebasan bersuara oleh para *blogger*. Walaupun kebebasan yang diberikan itu dapat membantu meningkatkan proses pendemokrasian di Malaysia, namun apa yang berlaku adalah sebaliknya di mana pengisian blog mula dipenuhi dengan ketidakpuasan hati dan penggunaan bahasa komentar yang kurang sopan.

Selain blog, Twitter juga merupakan sebahagian daripada aplikasi yang wujud menerusi platform media baharu. Twitter merupakan salah satu aplikasi sosial *microblogging* yang paling berpengaruh di dunia di mana status yang dimuatnaik oleh pengguna boleh disebarkan secara terbuka dan dapat dilihat oleh sesiapa sahaja. Bukan itu sahaja, aplikasi Twitter juga mampu menjadi medium wacana politik yang kuat serta berpotensi untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam berpolitik. Hong (2013) mendapati bahawa hampir setiap ahli politik utama di Amerika Syarikat mempunyai akaun Twitter sebagai salah satu kaedah perundingan. Barack Obama umpamanya merupakan antara ahli politik yang telah menggunakan media sosial sebagai salah satu cara berkempen ketika pilihan raya presiden Amerika Syarikat beberapa tahun yang lalu. Ternyata pilihan beliau untuk menggunakan medium tersebut telah membawa impak positif terhadap kemenangan Obama dalam pilihan raya tersebut.

Di sebalik kelebihan dan kebaikan yang ditawarkan oleh media sosial, pihak kerajaan turut berdepan dengan cabaran di mana wujudnya beberapa fakta yang menunjukkan medium media baharu sukar untuk dikawal dan dipantau berbanding media tradisional dan media konvensional. Meskipun media baharu mempunyai potensi dalam menyebarkan maklumat dengan kadar segera serta memberi manfaat kepada pengguna, namun kandungannya boleh menimbulkan keraguan dan sukar diterima/dipercayai pengguna. Malah, dalam hal-hal tertentu internet turut dipersalahkan kerana mempromosikan perkara yang tidak bermoral (Salman, 2009).

Dalam satu kajian yang dijalankan oleh Pepinsky (2013), Malaysia kini menghadapi perubahan politik akibat daripada perkembangan media baharu terutamanya dalam menggalakkan liberalisasi politik. Ini kerana, Internet telah mewujudkan satu bentuk media yang baru yang mana berada di luar bidang kuasa penapisan dan kawalan kerajaan. Hal ini membolehkan sesiapa sahaja bebas melaporkan berita yang mungkin tidak pernah dilaporkan di media cetak ataupun media penyiaran.

Sementara itu, dalam kajian yang dikendalikan oleh *Pew Research Center's Internet & American Life Project*, mendapati bahawa 25 peratus daripada 2,253 responden kajian politik di media sosial berpendapat bahawa membahaskan, membincangkan atau berkongsi pandangan berkenaan isu-isu politik dengan orang lain di rangkaian sosial merupakan sesuatu/perkara yang 'sangat penting' atau 'agak penting' kepada mereka. Ini menunjukkan bahawa medium media baharu mampu meningkatkan partisipasi politik dalam kalangan masyarakat kerana setiap isu yang dipaparkan dapat menarik pengguna untuk mengetahui dan membincangkannya dengan pengguna lain.

3.0 KAEDAH KAJIAN

Kajian ini telah dijalankan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dimana kaedah tinjauan (*survey*) menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Penggunaan kaedah tinjauan bersemuka telah diaplikasikan dengan menggunakan borang soal selidik yang diserahkan dan dikutip secara terus daripada responden di negeri-negeri semenanjung Malaysia. Responden terdiri daripada lelaki (46.2%) dan perempuan (53.8%) di mana 44.2 peratus adalah antara umur 18 dan 29, 27.7 peratus berumur antara 30 dan 40 tahun, dan 28.1 peratus lebih 40 tahun. Data yang diperoleh daripada kajian ini diukur menggunakan Skala Likert Satu hingga Lima iaitu 1= Sangat Tidak Setuju, 2= Tidak Setuju, 3= Sederhana, 4= Setuju, dan 5= Sangat Setuju. Proses pengumpulan data ini dijalankan melalui kaedah tinjauan bersemuka. Borang-borang soal selidik ini telah pun diedarkan kepada responden berdasarkan sampel kajian yang telah ditetapkan melibatkan penduduk di beberapa daerah bandar dan luar bandar terpilih di beberapa buah negeri mengikut zon yang dipilih di semenanjung Malaysia. Tempoh pengumpulan data soal selidik telah mengambil masa selama tiga minggu. Untuk artikel ini data yang diperoleh semasa kajian dijalankan, dikumpul dan dianalisis secara deskriptif (min dan sisihan piawai) menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22.

4.0 HASIL KAJIAN

Bahagian ini membincangkan analisis dan hasil dapatan kajian yang telah dijalankan ke atas 993 borang soal selidik yang dapat dianalisis secara deskriptif. Analisis deskriptif digunakan

untuk menghuraikan ciri-ciri yang terdapat di dalam populasi berdasarkan skala pengukuran menggunakan nilai min dan sisihan piawai.

4.1 Demografi Responden

Jadual 1 menunjukkan bilangan sampel yang digunakan mengikut jantina. Keputusan menunjukkan jumlah keseluruhan responden yang digunakan dalam kajian hampir sama di antara lelaki (46.2%) dan perempuan (53.8%).

Jadual 1: Jantina Responden		
Jantina	Frekuensi	Peratus
Lelaki	459	46.2
Perempuan	534	53.8

Berdasarkan analisis (Jadual 2) mengikut umur, kajian mendapati 44.2 peratus responden berumur diantara 18 hingga 29 tahun, manakala selebihnya 27.7 peratus responden berumur antara 30 hingga 30 tahun, dan 28.1 peratus melebihi 40 tahun.

Jadual 2: Bilangan Responden Mengikut Umur		
Umur	Frekuensi	Peratus
18-29	439	44.2
30-39	275	27.7
40>	279	28.1

Kajian ini (Jadual 3) mendapati hampir dua pertiga (68.8%) daripada responden kajian awal terdiri daripada mereka yang tinggal di kawasan bandar mengikut zon yang telah dipilih. Manakala baki 31.2 peratus lagi merupakan responden yang tinggal di luar bandar.

Jadual 3: Bilangan Responden Mengikut Kawasan Tempat Tinggal

Kawasan	Frekuensi	Peratus
Bandar	683	68.8
Luar Bandar	310	31.2

4.2 Penggunaan Media Sosial

Dalam aspek penggunaan media sosial, Jadual 4 menunjukkan hampir dua pertiga (64.4%) daripada responden mengguna media sosial sekitar 2–5 jam sehari. Kajian juga mendapati 26.5 peratus daripada responden mengguna media sosial lebih dari 6 jam dalam sehari, berbanding 9.1% responden yang menggunakan media sosial kurang dari 1 jam sehari.

Jadual 4: Jumlah Jam Mengguna Media Sosial dalam Sehari		
Jumlah Jam	Frekuensi	Peratus
6 jam atau lebih	263	26.5
4 – 5 jam	330	33.2

2 – 3 jam	310	31.2
Kurang dari 1 jam	90	9.1

Media sosial merupakan medium atau platform yang penting kepada masyarakat di Malaysia terutamanya untuk mencari dan mendapatkan maklumat. Hasil kajian dalam Jadual 4.5 menunjukkan majoriti responden menggunakan aplikasi Facebook (86.5%) dan Whatsapp (74.5%) untuk mendapatkan maklumat. Seterusnya 30 peratus daripada responden menggunakan aplikasi Instagram dan Twitter. Kajian juga mendapati terdapat responden yang masih membaca maklumat-maklumat yang terdapat di dalam blog (23.6%). Selebihnya responden merujuk kepada aplikasi WeChat, Telegram dan Line untuk mendapatkan maklumat dalam kehidupan harian mereka.

Jadual 5: Jenis Media Sosial Yang Diguna Untuk Mendapat Maklumat

Media Sosial	Frekuensi	Peratus
Facebook	859	86.5
Whatsapp	740	74.5
Instagram	300	30.2
Twitter	297	29.9
Blog	234	23.6
WeChat	159	16
Telegram	141	14.2
Line	38	3.8

4.3 Sumber untuk Mendapat Maklumat Politik

Bagi aspek pencarian maklumat berkaitan politik, terdapat pelbagai jenis sumber yang telah digunakan oleh responden. Merujuk kepada Jadual 4.6, hampir dua pertiga daripada responden menggunakan akhbar (65.5%), diikuti aplikasi media sosial (63.5%) dan televisyen (59.5%) untuk mencari dan membaca maklumat berkaitan dengan politik semasa di Malaysia. Ini menunjukkan bahawa media tradisional seperti akhbar dan televisyen masih menjadi pilihan responden untuk mendapat maklumat politik, selain daripada media baharu seperti aplikasi media sosial.

Kajian juga mendapati hampir separuh daripada responden merujuk kepada portal atas talian (41%), kawan-kawan (40.4%) dan ahli keluarga (40.0%) untuk mencari dan mendapatkan maklumat politik di Malaysia. Selain itu mereka juga turut mendapatkan maklumat politik daripada sumber lain seperti radio, rakan sekerja, blog dan majalah. Sementara itu, bagi aspek pemimpin pendapat dalam kalangan masyarakat responden agak kurang merujuk atau mencari maklumat berkaitan dengan politik di mana hanya 11.3 peratus responden memilih wakil parti bahagian dan penghulu (6.9%).

Jadual 6: Sumber Untuk Mendapat Maklumat Politik

Sumber	Frekuensi	Peratus
Akhbar	647	65.5
Aplikasi media sosial	631	63.5
TV	591	59.5
Online Portal	407	41.0
Kawan	401	40.4
Keluarga	397	40.0
Radio	349	35.1
Rakan sekerja	264	26.6
Blog	217	21.9
Majalah	192	19.3
Wakil parti bahagian	112	11.3
Penghulu	69	6.9

4.4 Partisipasi Politik dalam Media Sosial

Jadual 7 menunjukkan hasil kajian berkaitan dengan partisipasi politik responden melalui penggunaan media sosial. Kajian ini mendapati responden menyatakan persetujuan secara sederhana tentang partisipasi politik melalui media sosial. Responden turut menyatakan mereka ada mengambil berat tentang pandangan politik yang terdapat dalam media sosial (min = 2.93), berminat untuk membaca kandungan mengenai calon politik yang dikongsi (min = 2.83) dan juga berdiskusi tentang politik dengan ahli keluarga serta rakan di media sosial (min 2.65). Data dalam Jadual 7 menunjukkan, responden kurang menggunakan media sosial dalam aspek partisipasi politik untuk berkongsi link maklumat politik, memberi komen berkenaan isu politik, menghasil kandungan politik dan berinteraksi dengan aktor politik.

Jadual 7: Partisipasi Politik dalam Media Sosial

	Min*	SP
Saya kerap berkongsi link maklumat politik di media sosial	2.48	1.04
SayaI kerap memberi komen isu politik dalam media sosial	2.44	1.06
<i>Saya selalu mengambil berat tentang pandangan politik dalam sosial media</i>	2.93	1.03
Saya berminat untuk terlibat dalam isu politik melalui media Social	2.50	1.04
Saya kerap melayari media sosial seseorang calon politik	2.54	1.10
<i>Saya berminat membaca kandungan yang dikongsi mengenai calon politik di media sosial.</i>	2.83	1.05
Saya selalu berinteraksi dengan aktor politik (calon, pekerja parti, NGO) melalui media sosial.	2.26	1.06

Saya berminat untuk menghasilkan kandungan politik di media sosial untuk berinteraksi dengan aktor politik.	2.30	1.08
<i>Saya kerap berdiskusi tentang isu politik di media sosial dengan ahli keluarga dan rakan-rakan.</i>	2.65	1.23

*1 = Sangat tidak setuju | 2 = Tidak setuju | 3 = Agak setuju | 4 = Setuju | 5 = Sangat setuju

4.5 Media Sosial dan Sokongan Politik

Kajian ini mendapati media sosial merupakan satu saluran yang tidak kurang pentingnya dalam proses mencari atau mendapatkan sokong politik dalam kalangan responden. Jadual 8 menunjukkan responden bersetuju bahawa media sosial membantu mempertingkatkan imej calon dan parti politik (min = 3.17) dengan mempamerkan aktiviti calon dalam memberi khidmat kepada rakyat (min = 3.25).

Selain itu, responden senang (min = 3.21) dan sentiasa (min = 3.11) mendapatkan maklumat politik atau aktiviti parti melalui media sosial. Mereka menyatakan bahawa media sosial dapat memperkukuhkan sistem demokrasi di Malaysia dengan memberi peluang kepada aktor politik untuk menyampaikan maklumat kepada rakyat (min = 3.10). Hasil kajian mendapati responden bersetuju secara sederhana dalam aspek media sosial mempengaruhi mereka dalam memberi sokongan kepada calon dan merapatkan hubungan dengan calon politik. Responden juga menyatakan media sosial memberi peluang kepada mereka untuk memberi maklumbalas terhadap isu-isu berkaitan politik dan peribadi dengan cepat oleh/dari parti politik.

Jadual 8: Media Sosial dan Sokongan Parti Politik dan Calon Politik

	Min*	SP
Media sosial mempengaruhi saya dalam memberi sokongan kepada calon politik.	2.94	1.08
Media sosial membantu saya untuk menyokong parti politik	2.97	1.06
<i>Media sosial dapat mempertingkatkan imej calon dan parti politik</i>	3.17	1.04
Media sosial dapat merapatkan hubungan antara saya dan calon politik	2.80	1.07
<i>Saya melihat media sosial dapat mempamerkan aktiviti calon dalam memberi khidmat kepada rakyat</i>	3.25	1.04
Saya mendapati media sosial menyediakan maklumat yang boleh dipercayai tentang parti politik.	2.90	1.04
<i>Saya sentiasa mendapat maklumat tentang aktiviti parti melalui media sosial.</i>	3.11	1.01
<i>Saya senang untuk mendapat maklumat politik melalui media sosial</i>	3.21	1.01
Saya diberi peluang untuk memberi maklum balas politik melalui media Sosial	2.88	1.09
Saya selalu mendapat maklum balas tentang isu peribadi saya dengan cepat dari parti politik melalui media sosial.	2.63	1.12
Saya mendapati media sosial menarik minat saya dalam berpolitik	2.73	1.12
<i>Secara keseluruhannya saya merasakan media sosial memperkukuhkan sistem demokrasi di Malaysia.</i>	3.10	1.12

*1 = Sangat tidak setuju | 2 = Tidak setuju | 3 = Agak setuju | 4 = Setuju | 5 = Sangat setuju

5.0 PERBINCANGAN

Seiring dengan kemajuan teknologi terkini, media sosial mula mengambil alih peranan media tradisional yang bertindak sebagai penyampai maklumat. Bukan itu sahaja, media juga turut menjadi ejen yang bertanggungjawab menyebarkan propaganda dalam mempengaruhi keputusan undi rakyat terutamanya ketika menjelang pilihan raya. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, majoriti 18.2% responden merasakan lebih optimistik dalam penggunaan media sosial berbanding media konvensional dalam hal politik. Ini kerana kegagalan media tradisional dalam memainkan peranannya sebagai penyampai maklumat menyebabkan rakyat mula beralih kepada medium komunikasi yang baru menggunakan internet dan media digital (Awang Besar et al., 2012).

Dalam pada itu, sebanyak 16.3 peratus responden sangat bersetuju bahawa media sosial mempunyai kelebihan dalam meyalurkan maklumat politik jika dibandingkan dengan media konvensional. Perkara ini turut dipersetujui oleh Mohammad Rasul, A. Rahim, dan Salman (2015), di mana media yang berasaskan teknologi terkini mampu membantu sesiapa sahaja mengekspresikan diri, di samping membantu mereka mendapatkan maklumat terkini dengan lebih mudah. Apatah lagi, penggunaan hashtag yang terdapat pada media sosial memudahkan pengguna mendapatkan maklumat politik dengan cepat menggunakan kata kunci tertentu.

Sebagaimana media tradisional, 14.6% responden turut bersetuju bahawa media sosial juga membantu mereka memahami sesebuah isu politik melalui maklumat yang disediakan dan dikongsikan. Rosli, Wan Mahmud, dan Mahbob (2016) turut berpendapat media sememangnya banyak membantu masyarakat membina persepsi dan tanggapan serta membentuk sikap masyarakat melalui maklumat yang telah disampaikan. Tambahan lagi, segala maklumat yang dipaparkan dijelaskan secara terperinci supaya tidak menimbulkan kekeliruan atau tanda tanya kepada para pembaca.

Kebebasan menyuarakan pendapat di media sosial membuatkan golongan belia lebih memilih untuk menggunakan media tersebut berbanding media yang lain (Haji Adnan, 2015). Perkara ini turut dipersetujui oleh responden di mana 14.4 peratus daripada mereka menyatakan media sosial telah memperkasa rakyat untuk berkongsi maklumat tentang politik. Tidak sekadar berkongsi maklumat, media sosial juga turut dijadikan platform perbincangan apabila terdapat sesuatu isu yang dibangkitkan.

Meskipun media sosial memberikan kebebasan kepada para penggunanya, namun terdapat kira-kira 12.6% responden paling kurang bersetuju dengan kenyataan media sosial menyediakan peluang dan kuasa yang sama rata kepada pengguna dalam berkongsi maklumat politik bersama rakyat. Perkara ini berbeza dengan apa yang dinyatakan oleh Howard dan Park (2012), di mana bukan hanya orang-orang berpengaruh sahaja yang mampu memancing undi melalui media sosial, bahkan golongan minoriti dan mereka yang dipinggirkan juga turut boleh menjadi pengaruh penting dalam politik. Perkara ini berbeza dengan apa yang dinyatakan oleh Awang Besar et al. (2012), di mana dengan kewujudan teknologi yang serba pantas dan terkini, pelbagai maklumat dapat diakses dengan lebih mudah, cepat dan terbuka serta seimbang di antara pihak kerajaan dan pembangkang.

Perkembangan teknologi berlandaskan media sosial telah menarik minat banyak pihak untuk melibatkan diri dengan keadaan politik semasa. Perkara ini turut dipersetujui oleh majoriti 7.2 peratus responden yang menyatakan mereka mengambil berat tentang pandangan

politik yang dipaparkan di dalam sosial media. Oleh yang demikian, media massa seharusnya menjadi saluran penyampaian maklumat-maklumat politik yang baik kepada orang awam (Tabroni, 2012).

Selain ciri-ciri yang ditawarkan oleh media sosial, aktor politik juga turut sama memainkan peranan yang penting dalam menarik minat masyarakat untuk sama-sama melibatkan diri dengan perkembangan politik. Ini kerana, perkongsian-perkongsian maklumat yang dikongsi oleh ahli politik di media sosial mereka berpotensi untuk menarik minat pengguna untuk mendapatkan informasi-informasi politik terkini daripada laman tersebut. Hal ini turut diakui oleh 6.2% responden yang menyatakan minat mereka untuk membaca kandungan yang dikongsi mengenai calon politik di media sosial.

Selain itu, kira-kira 6.1% responden menyatakan mereka kerap membincangkan mengenai isu-isu politik di media sosial bersama dengan ahli keluarga dan rakan-rakan. Hal ini selari dengan apa yang diperkatakan oleh Hayes (2008) dan Abbe et al. (2003) bahawa media boleh membantu calon pilihan raya mengetengahkan isu-isu tertentu untuk dijadikan agenda perbincangan dalam kempen pilihan raya. Malah, dengan cara sebegini secara tidak langsung dapat menarik lebih banyak pengguna media sosial untuk terlibat dengan politik.

Memetik laporan yang dikeluarkan oleh akhbar *The Star* pada 17 November 2012, rata-rata pengguna menghabiskan 20 jam seminggu untuk melayari internet (Ab Rahman & Adam, 2015). Maka, hal ini tidak mustahil apabila 4.4 peratus responden menyatakan mereka kerap melayari media sosial seseorang calon politik, begitu juga dengan 3.2% responden lain yang mengakui kerap memberi komen terhadap isu-isu politik yang dibincangkan di dalam media sosial.

Penggunaan aplikasi media sosial secara meluas pada hari ini tidak lagi tertumpu kepada perhubungan sosial semata-mata sebaliknya mula berkembang sebagai salah satu cabang komunikasi politik yang baru. Menurut Gibson (2013), kebanyakan parti dan ahli politik pada masa kini lebih gemar menggunakan aplikasi atas talian sebagai sebahagian daripada cara mereka berkempen. Ini dapat dibuktikan dengan persetujuan daripada majoriti 12% responden yang bersetuju bahawa media sosial dapat membantu mempamerkan aktiviti calon parti politik dalam memberi khidmat kepada rakyat.

Bukan itu sahaja, sebanyak 11.7 peratus responden merasakan media sosial mampu memperkukuhkan sistem demokrasi di Malaysia. Ini kerana, internet telah membuka ruang yang baru dalam demokrasi, bukan sahaja untuk mencapai maklumat tetapi juga memberikan ruang interaksi dalam komunikasi politik (Schulz, Web, & Quiring, 2005). Situasi ini amat berbeza dengan penggunaan media tradisional pada suatu ketika dahulu di mana masyarakat hanya menerima sesuatu maklumat secara bulat-bulat tanpa membantah atau mempertikaikan kandungan sesuatu berita yang diterima.

Bagi sesebuah negara yang mengamalkan sistem demokrasi, perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi dilihat mampu meningkatkan penglibatan politik dalam kalangan rakyat, namun ia juga mampu menjatuhkan kerajaan sedia ada (A. Rahim, 2010). Walau bagaimanapun, pandangan yang diberikan oleh responden kajian adalah berbeza di mana 10.8% daripada mereka merasakan media sosial dapat meningkatkan imej calon dan parti politik.

Berbicara berkenaan sumber perolehan maklumat politik, sebanyak kira-kira 10.7 peratus daripada responden menyatakan maklumat politik lebih senang diperolehi melalui media

sosial. Tambahan lagi, pengundi-pengundi pada masa kini lebih gemar mendapatkan maklumat dan pendapat secara terus daripada ahli politik melalui laman sosial rasmi ahli politik itu sendiri (Hellweg, 2011). Apatah lagi, dengan adanya kemudahan internet pada telefon pintar masing-masing membolehkan mereka mengakses atau berhubung dengan ahli politik tersebut pada bila-bila masa sahaja.

Dalam pada itu, perkongsian berkaitan aktiviti yang dilakukan oleh mana-mana parti politik di dalam media sosial memudahkan para pengguna untuk mengetahui perkembangan serta sumbangan yang telah dilakukan. Sebanyak 9.6% responden mengakui bahawa mereka sentiasa mendapat maklumat berkenaan aktiviti parti melalui media sosial. Dapatan ini selari dengan kajian yang dijalankan oleh Mat Jali et al. (2012) di mana sebanyak 70 peratus daripada responden kajian tersebut bersetuju bahawa segala maklumat yang diperoleh daripada internet, blog dan juga Facebook telah mempengaruhi kecenderungan politik dalam kalangan belia India di universiti awam. Ini menunjukkan bahawa perkongsian-perkongsian maklumat mahupun aktiviti yang telah dilakukan mampu mempengaruhi pola pemilihan parti politik dalam kalangan rakyat.

6.0 KESIMPULAN

Perkembangan media sosial telah membawa satu pembaharuan dalam bidang media dan komunikasi. Penciptaan Facebook, MySpace, LinkedIn dan Twitter misalnya, telah membawa satu inovasi yang baru dalam laman web sehingga mencetuskan gelombang yang hebat semenjak Google diperkenalkan pada tahun 1998 (Alejandro, 2010). Tambahan lagi, dengan ciri-ciri yang menarik serta kebebasan berkongsi video, gambar dan status sedikit sebanyak menjadikan aplikasi media sosial semakin mendapat tempat di hati pengguna. Bukan itu sahaja, kepantasan media sosial dalam menyebarkan sesuatu maklumat secara meluas juga telah mencetuskan fenomena tular yang membolehkan setiap maklumat yang dikongsikan dapat diakses oleh sesiapa sahaja.

Sejak pilihan raya media sosial pertama Malaysia diumumkan, maka bermulalah satu fasa baharu dalam arena politik negara. Jika suatu ketika dahulu masyarakat hanya menerima sesuatu berita daripada media tradisional, tetapi kini setiap orang mempunyai pilihan untuk mencari dan mendapatkan maklumat-maklumat terkini daripada media sosial. Namun begitu, di sebalik kebebasan bermaklumat, masyarakat juga turut terdedah kepada maklumat yang dimanipulasi serta pengeksploitasian sumber berita bagi memancing undi.

Berdasarkan hasil kajian dan perbincangan, dapat dirumuskan bahawa kajian ini telah berjaya mencapai objektif yang ditetapkan. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa responden sangat mengambil berat terhadap pandangan-pandangan yang dikongsikan berkenaan politik di dalam media sosial. Bukan itu sahaja responden juga turut menyatakan minat mereka untuk membaca kandungan berita ataupun maklumat mengenai calon politik yang dikongsikan di media sosial. Ini sedikit sebanyak menunjukkan bahawa masyarakat pada hari ini sangat prihatin dengan apa yang dipaparkan di media sosial berkenaan perkara-perkara yang melibatkan politik semasa.

Dengan adanya kajian seperti ini secara tidak langsung dapat membantu para pembaca/masyarakat untuk melihat sumbangan yang diberikan oleh media sosial terhadap pola pengundian di Malaysia. Pihak kerajaan perlu melakukan pemantauan terhadap kredibiliti maklumat dan sumber berita supaya maklumat yang dikongsikan tidak menjejaskan kredibiliti mana-mana pihak terutamanya golongan pemerintah. Oleh itu, pemantauan terhadap maklumat

politik yang dikongsikan di media sosial perlu dilakukan bagi memastikan maklumat tersebut bebas dari unsur hasutan yang boleh memecah-belahkan perpaduan.

PENGHARGAAN

Kajian ini ditaja oleh SKMM kod: sk-2016-014 - Media sosial dan impaknya terhadap politik Malaysia.

RUJUKAN

- A. Rahim, S. (2010). Media, demokrasi dan generasi muda: Analisis keputusan pilihan raya umum ke-12. *Jurnal Komunikasi; Malaysian Journal of Communication*, 26(2), 1-15.
- Ab Rahman, S.R. & Adam, F. (2015). Kredibiliti Youtube sebagai medium pembelajaran agama dalam peradaban Islam Kontemporari. In: *Malaysia Proceedings of ICIC2015. International Conference on Empowering Islamic Civilization in the 21st Century. Universiti Sultan Zainal Abidin, 6-7 September 2015* (pp. 593-599). Terengganu: Penerbit UniSZA.
- Abbe, O.G., Goodliffe, J., Herrnson, P.S., & Peterson, K.D. (2003). Agenda setting in congressional elections: The impact of issues and campaigns on voting behavior. *Political Research Quarterly*, 56(4), 419-430.
- Alejandro, J. (2010). Journalism in the age of social media. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-age-social-media>
- Awang Besar, J., Mat Jali, M.F., Ibrahim, Y., Sidek, A.H., Amir, J., Fauzi, R., & Lyndon, N. (2012). Persepsi politik pengundi belia Melayu pasca pilihanraya umum (PRU) 2008 di Malaysia. *Jurnal Melayu*, 9(1), 191-214.
- Bidin, N.A. & Mustaffa, N. (2012). Blogosphere: How youth perceived blogs credibility. *Journal of Communication*, 28(1), 33-54.
- Gibson, R.K. (2013). Party change, social media and the rise of 'citizen-initiated' campaigning. *Party Politics*, 21(2), 183-197.
- Haji Adnan, M.H. (2015). Peranan media massa memartabatkan integriti Nasional. *Jurnal Komunikasi Borneo*, 2(1), 57-74.
- Hayes, D. (2008). Does the messenger matter: Candidate-media agenda convergence and its effect on voter issue salience. *Political Research Quarterly*, 16(1), 134-146.
- Hellweg, A. (2011). Social media sites of politicians influence their perception by constituents. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2(1), 22-36.
- Hong, S. (2013). Who benefits from Twitter? Social media and political competition in the U.S. House of Representatives. *Government Information Quarterly*, 30(4), 464-472.
- Howard, P.N. & Park, M.R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint and consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359-362.
- Hussein, A. & Siarap, K. (2000). Penggunaan teknologi komunikasi-informasi di kalangan ahli akademik di Malaysia. *Malaysian Journal of Communication*, 16(1), 119-130.

- Kubiszewski, I., Noordewier, T., & Costanza, R. (2011). Perceived credibility of Internet encyclopedias. *Computers & Education*, 56(3), 659-667.
- Mat Jali, M.F., Awang Besar, J., Sidek, A.H., Ibrahim, Y., Mohd Awal, N.A., & Ismail, K. (2012). Politik pembangunan dalam pilihan raya kecil Dewan Undangan Negeri (DUN) Batang Air, Sarawak. *Jurnal E-Geografia*, 8(2), 88-97.
- Meijer, A. (2012). Co-production in an information age: Individual and community engagement supported by new media. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(4), 1156-1172.
- Mohammad Rasul, N., A. Rahim, S., & Salman, A. (2015). Penggunaan media, norma kewarganegaraan dan partisipasi politik dalam era transisi ke demokrasi di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 31(1), 187-204.
- Mohd Zulkifli, M.A.A. (2011). Ironi komitmen terhadap ICT: Ancaman blog di Malaysia. *Malaysian Journal of Communication*, 27(1), 53-72.
- Mustafa, S.E. & Hamzah, A. (2011). Media baharu yang baharu: Trend penggunaan jaringan sosial dalam kalangan pengguna di Malaysia. *Malaysian Journal of Media Studies*, 13(2), 93-110.
- Pepinsky, T.B. (2013). The new media and Malaysia politics in historical perspective. *Contemporary Southeast Asia*, 35(1), 83-103.
- Rosli, H.F., Wan Mahmud, W.A., & Mahbob, M.H. (2016). Peranan media sebagai alat kesedaran sosial dalam kalangan orang kurang upaya di Malaysia. *Jurnal Komunikasi*, 32(2), 471-488.
- Salman, A. (2009). ICT, the New Media (Internet) and development: Malaysia experience. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 15(1), 1-5.
- Schulz, W., Web, R., & Quiring, O. (2005). Voters in a changing media environment. *European Journal of Communication*, 20(1), 55-88.
- Tabroni, R. (2012). Etika komunikasi politik dalam ruang media massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 105-116.