

Media baharu dan aktiviti politik belia Melayu di Selangor

New media and political activities among Malay youth in Selangor

Marshelayanti Mohamad Razali & Nafisah Ilham Hussin

Jabatan Pengajian Moral, Sivik dan Pembangunan Karakter,
Universiti Pendidikan Sultan Idris, Tanjong Malim, Perak, Malaysia

*e-mail: marshela@fsk.upsi.edu.my

Received: 01 October 2020; **Accepted:** 15 January 2020; **Published:** 15 January 2021

To cite this article (APA): Mohamad Razali, M., & Ilham Hussin, N. (2021). New media and political activities among Malay youth in Selangor. *EDUCATUM Journal of Social Sciences*, 7(1), 45-54. <https://doi.org/10.37134/ejoss.vol7.1.5.2021>

To link to this article: <https://doi.org/10.37134/ejoss.vol7.1.5.2021>

Abstrak

Di Malaysia, penggunaan media baharu dalam aspek politik semakin meluas terutamanya selepas Pilihan Raya Umum ke-10. Dari segi kumpulan umur, belia merupakan golongan yang paling tinggi menggunakan media baharu ini. Namun, bagaimanakah golongan belia ini menggunakan media baharu bagi tujuan politik? Oleh itu, artikel ini bertujuan untuk menilai penggunaan media baharu bagi aktiviti politik dalam kalangan belia di Selangor. Khususnya, artikel ini meneliti aktiviti politik menerusi media baharu, tahap penggunaan media baharu bagi aktiviti politik, dan hubungan di antara faktor demografi dan penggunaan media baharu bagi aktiviti politik. Dengan menggunakan survei sebagai kaedah pengumpulan data, seramai 200 responden yang berumur di antara umur 18-40 tahun telah dipilih secara rawak di Selangor untuk menjawab borang soal selidik. Data-data yang diperolehi dianalisis dengan menggunakan perisian SPSS (*Statistic Packages for Social Science*) versi 22.0. Secara umumnya, dapatan kajian mendapati bahawa responden menggunakan akhbar dalam talian untuk memperoleh berita dan maklumat politik. Analisis tambahan selanjutnya mendapati bahawa belia Melayu di Selangor mempunyai tahap penggunaan media baharu yang tinggi dan terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media baharu dan kawasan tempat tinggal. Artikel ini menggambarkan kesan penggunaan media baharu terhadap penyertaan politik, iaitu belia terlibat dengan aktiviti politik melalui bentuk baharu. Artikel ini turut mencadangkan lebih banyak kajian perlu dilakukan pada masa depan mengenai peranan yang dimainkan oleh media baharu dalam politik Malaysia secara keseluruhan.

Kata kunci: media baharu, aktiviti politik, belia, Selangor, faktor demografi.

Abstract

*In Malaysia, the use of new media in the political sphere is increasing especially after the tenth General Election. In terms of age group, youths are the highest group using this new media. However, how do these youths use the new media for political purposes? Therefore, this article aims to analyse the use of new media for political activities among youth in Selangor. In particular, this article examines political activity through new media, the level of media consumption for political activity, and the relationship between demographic factors and the use of new media for political activity. Using the survey as a method of data collection, 200 respondents aged between 18-40 years were randomly selected in Selangor to answer the questionnaire. The data were analyzed using SPSS software (*Statistic Packages for Social Science*) version 22.0. In general, the study has found that the respondents used online newspapers to obtain news and political information. Further analysis has found that the Malay youths in Selangor had the highest use of new media and there is a significant relationship between the use of new media and residential areas. This article describes the impact of the use of new media on political participation, in which youths are involved in political activities through new forms. This article also suggests that more research need to be done in the future on the role that new media plays in Malaysian politics as a whole.*

Keywords: new media, political activities, youth, Selangor, demographic factors.

PENGENALAN

Internet digunakan secara meluas dalam kehidupan seharian pada masa kini. Perkembangan pesat dalam teknologi maklumat dan komunikasi ini menawarkan platform baharu untuk berkomunikasi dalam setiap aspek kehidupan. Dalam aspek politik, masyarakat kini boleh berinteraksi dengan pengguna lain bagi membincangkan isu-isu politik, memberi pendapat dan mendapatkan maklumat sama ada melalui laman web, laman rangkaian sosial atau blog. Selain berkomunikasi, media baharu ini juga merupakan platform baharu untuk melibatkan diri dalam politik. Masyarakat kini boleh menganjurkan aktiviti bagi membantu masyarakat tempatan dan juga menyertai aktiviti yang dianjurkan oleh parti politik, pihak kerajaan atau organisasi bukan kerajaan (NGO) di media sosial. Ahli politik dan pemimpin parti politik juga turut menggunakan media baharu sebagai satu usaha bagi mendekati diri mereka dengan rakyat. Ini merupakan antara peranan yang dimainkan oleh media baharu dalam menggalakkan penglibatan politik dalam kalangan masyarakat.

Di Malaysia, jumlah pengguna internet semakin bertambah dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019, jumlah pengguna internet di Malaysia dilaporkan meningkat kepada 87.4% berbanding 76.9% pada tahun 2016 (SKMM, 2018). Daripada jumlah tersebut, hampir 80% pengguna internet adalah dari kalangan belia (SKMM, 2017). Oleh kerana belia merupakan pengguna Internet tertinggi di Malaysia, wujud persoalan tentang bagaimana dan sejauh mana belia menggunakan Internet untuk tujuan politik. Selain itu, para sarjana juga menunjukkan perhatian yang semakin meningkat terhadap penyertaan politik belia. Ia menimbulkan perdebatan akademik yang berterusan dalam kalangan mereka. Ini kerana terdapat dapatan kajian yang menyatakan penglibatan politik belia semakin meningkat, namun ada juga dapatan yang menunjukkan sebaliknya. Di Malaysia, Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia (2020) melalui laporan Indeks Belia Malaysia menyatakan bahawa domain sosialisasi politik berada di tahap yang paling rendah di antara 12 domain yang dikaji. Indeks Belia Malaysia ini merupakan satu indeks yang mengukur tahap kualiti dan kesejahteraan belia Malaysia. Terdapat 3 indikator yang mengukur domain sosialisasi politik tersebut iaitu penyertaan dalam aktiviti politik, mengikuti perkembangan aktiviti politik dan perbincangan isu berkaitan politik. Laporan indeks tersebut menyatakan domain sosialisasi politik memperoleh skor 45.82 pada tahun 2015, 49.35 pada tahun 2016, 50.07 pada tahun 2017 dan 29.03 pada tahun 2019. Berdasarkan laporan ini, skor domain sosialisasi politik memperlihatkan peningkatan dari tahun 2015 ke tahun 2017, namun ia merekodkan penurunan pada tahun 2019. Walaupun terdapat peningkatan dari tahun 2015 sehingga tahun 2017, namun skor tersebut masih berada di tahap yang kurang memuaskan.

Jadual 1: Skor Domain Sosialisasi Politik

Tahun	Nilai Skor	Tahap
2015	45.82	Tidak Memuaskan
2016	49.35	Tidak Memuaskan
2017	50.07	Kurang Memuaskan
2019	29.03	Sangat Tidak Memuaskan

Sumber: IPPBM, 2020

Seiring dengan perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi, belia pada masa kini membesar dengan persekitaran yang mudah untuk memperoleh maklumat. Mereka lebih terdedah kepada teknologi dan mereka juga mempunyai akses terhadap teknologi tersebut. Kajian menunjukkan bahawa belia lebih berminat pada teknologi daripada orang dewasa dan merupakan pengguna internet yang paling kerap, semuanya disebabkan oleh tahap perkembangan mereka di mana mereka mencari dan mengalami pelbagai identiti, hubungan sosial dan emosi, akademik dan kerjaya, dan saluran hiburan (Koc & Tamer, 2011). Selain itu, belia pada masa kini membesar dengan persekitaran maklumat yang mudah diperolehi, lebih terdedah dengan teknologi dan percaya bahawa mereka boleh mempengaruhi persekitaran (Rashila Ramli, 2012). Justeru, golongan ini di anggap sebagai ‘generasi internet’ kerana belia pada hari ini membesar dengan internet dan menggunakan teknologi ini dengan secara maksimum.

Walaupun belia merupakan golongan yang paling kerap menggunakan internet, namun masih ada jurang tentang bagaimana dan sejauh mana belia menggunakan internet untuk tujuan politik. Secara khusus, objektif kajian adalah untuk mengetahui aktiviti politik menerusi media baharu dalam kalangan belia, mengenalpasti tahap penggunaan media baharu bagi aktiviti politik dan mengkaji hubungan di antara faktor demografi dan penggunaan media baharu bagi aktiviti politik.

BELIA, MEDIA BAHARU DAN POLITIK

Media merupakan salah satu agen sosialisasi politik. Almond dan Verba (1963) mendefinisikan sosialisasi politik sebagai proses dimana seseorang itu belajar untuk menerapkan norma, nilai, sikap, dan tingkah laku yang diterima dan diamalkan oleh sistem politik. Ia merujuk kepada proses pembelajaran di mana seseorang itu belajar mengenai politik yang akhirnya membentuk sikap dan tingkah laku politik mereka. Terdapat pelbagai faktor yang mempengaruhi sikap dan tingkah laku politik ini, dan ia dikenali sebagai sosialisasi politik. Keluarga, rakan, sekolah dan media merupakan antara agen sosialisasi politik. Agen-agen ini mempunyai fungsi yang berbeza mengikut kitaran hidup seseorang. Pengaruh keluarga, terutamanya ibu bapa berlaku pada peringkat awal kehidupan, rakan sebaya pula menjadi pengaruh apabila seseorang mula itu beralih ke alam remaja, manakala guru dan sekolah mempengaruhi seseorang itu apabila mereka berada di dalam sistem pendidikan (Ohme & De Vreese, 2020). Media pula boleh mempengaruhi sikap dan tingkah laku politik seseorang sejak dari kecil lagi. Menurut Connell (1971) dan Conway, Wyckoff, Feldbaum, & Ahern (1981) dalam Ohme & De Vreese (2020), penyampaian politik di surat khabar dan televisyen boleh menjadi salah satu cara pertama untuk kanak-kanak berhubung dengan politik. Walaupun peranan media untuk sosialisasi politik adalah terhad, namun kanak-kanak mula terdedah dengan media ini sejak kecil lagi. Apabila menginjak remaja dan seterusnya dewasa, media berperanan penting sebagai agen sosialisasi dalam menyampaikan maklumat politik. De Vreese & Moeller (2014) mengatakan bahawa penggunaan media boleh mempengaruhi pengetahuan politik, norma dan nilai, sikap, dan penyertaan politik seseorang. Media pada masa kini boleh dikategorikan kepada dua, iaitu media tradisional (televisyen, radio, akhbar dan lain-lain) serta media baharu (internet).

Di Malaysia, media baharu merupakan antara salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan budaya politik rakyat di negara ini. Berbanding media tradisional, media baharu banyak digunakan oleh parti-parti politik, pemimpin politik dan juga ahli politik terutamanya selepas pilihan raya umum ke-10 pada tahun 1999. Pada waktu itu, mereka menggunakan internet secara meluas sebagai alat untuk menyampaikan maklumat politik dan juga sebagai medium untuk mendapatkan sokongan rakyat. Dengan penggunaan internet, ia terbukti dapat mempengaruhi penyertaan politik rakyat, seperti yang ditemui oleh para sarjana dalam kajian-kajian mereka. Dengan kata lain, media baru ini membolehkan rakyat untuk melibatkan diri secara aktif dalam politik.

Polat (2005) meneroka hubungan antara Internet dan penyertaan politik dengan mengenal pasti tiga peranan internet, iaitu sebagai sumber maklumat, media komunikasi, dan juga sebagai ruang awam maya. Sebagai sumber maklumat, internet dapat menyumbang kepada masyarakat yang lebih berpengetahuan, lantas menggalakkan penyertaan politik. Sebagai media komunikasi, internet dapat meningkatkan keupayaan untuk berkomunikasi, terutamanya perbincangan secara berkumpulan. Manakala sebagai ruang awam maya pula, Internet merupakan alternatif bagi perbincangan politik. Sarjana ini turut berpendapat bahawa ketiga-tiga peranan internet ini boleh mempengaruhi tahap dan gaya penyertaan politik.

Di Malaysia, kajian mengenai internet dan politik dapat ditelusuri sejak tahun 1990-an, khususnya sejak dari pilihan raya umum 1999. Pada pilihan raya tersebut, ia memperlihatkan perubahan yang signifikan terhadap cara berkempen bagi memenangi pilihan raya yang diadakan. Parti politik mula menggunakan media ini untuk mendekati pemilih dan berkomunikasi dengan pengundi. Selain itu, maklumat berkaitan parti juga disalurkan melalui media baharu ini. Kajian lepas mendapati bahawa internet menjadi platform utama bagi mendapatkan maklumat politik dengan banyak laman web dan kumpulan perbincangan dalam talian ditubuhkan untuk menyebarkan maklumat berkaitan politik (Zawiyah Mohd Zain, Mohamad Agus Yusoff, dan Zaheruddin Othman, 2015). Belia didapati menggunakan internet dengan lebih kerap sebagai

sumber untuk mendapatkan maklumat, berbanding dengan media tradisional (Syed Arabi Iddid, 2015). Perbandingan penggunaan media dalam kalangan belia pada tahun 2008 dan 2012 dijalankan dan analisis terperinci mendapati bahawa penggunaan internet meningkat dari 9 peratus pada tahun 2008 kepada 30 peratus pada tahun 2012. Analisis selanjutnya pula mendapati bahawa belia mempercayai internet sebagai sumber maklumat, dengan peratusan yang ditunjukkan meningkat dari 51 peratus pada tahun 2008 kepada 64 peratus pada tahun 2012. Manakala kepercayaan terhadap media tradisional pula menunjukkan kemerosotan, iaitu dari 85 peratus pada tahun 2008 menjadi 80 peratus pada tahun 2012 bagi akhbar, dan dari 84 peratus pada tahun 2008 menjadi 80 peratus 2012 bagi televisyen. Penemuan ini menunjukkan bahawa belia mempunyai tahap kepercayaan yang semakin meningkat terhadap media baru.

Terdapat juga beberapa kajian yang memfokuskan pada belia dan penggunaan media baru dalam politik. Penggunaan media baharu, khususnya internet dilihat mempengaruhi penglibatan politik belia. Kajian yang dijalankan di Johor mengenai akses dan penggunaan internet serta pengaruhnya terhadap penyertaan politik mendapati bahawa internet digunakan sebagai sumber bagi mendapatkan maklumat politik (Mohd Fuad Mat Jali dan Junaidi Awang Besar, 2012). Akses dan penggunaan internet ini mempengaruhi sokongan pengundi muda terutamanya yang tinggal di kawasan bandar, dan ini terbukti pada pilihan raya umum tahun 2008. Fatimah Akmal dan Ali Salman (2015) dalam kajian mereka pula mendapati bahawa media baru digunakan sebagai alat bagi mencari maklumat politik. Responden berpendapat bahawa media baru adalah lebih mudah untuk mendapatkan maklumat, sumber yang mempunyai demokrasi maklumat serta ianya memberikan kebebasan kepada semua untuk memberi pendapat mengenai isu semasa.

Kajian yang lain pula mendapati bahawa belia tidak berminat untuk menggunakan media baharu bagi tujuan politik. Mereka tidak aktif untuk berbincang mengenai politik di laman sosial atau ruang sembang dan tidak pernah menyiarkan sebarang komen mengenai politik di blog (Ezhar Tamam dan Md. Salleh Hassan, 2015). Kajian ini juga mendapati bahawa belia melibatkan diri dalam aktiviti politik secara terhad, namun pengkaji bersetuju bahawa media baharu semakin banyak digunakan sebagai sumber pencarian maklumat dan juga penyertaan politik.

Berdasarkan analisis kajian-kajian lepas, dapat disimpulkan bahawa terdapat kajian-kajian yang telah dijalankan bagi mengkaji penggunaan media baharu dalam politik. Namun, kajian ini menganalisis dengan lebih terperinci mengenai penggunaan media baharu bagi aktiviti politik dalam kalangan belia di Selangor.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan reka bentuk tinjauan. Bagi tujuan pengumpulan data, borang soal selidik digunakan sebagai instrumen kajian. Ia direka untuk mengukur penggunaan media baharu dalam aktiviti politik dan hubungannya dengan latar belakang demografi responden. Soal selidik bersemuka digunakan dalam kajian ini dan diedarkan kepada responden. Bagi menjawab borang soal selidik ini, sampel terdiri daripada 200 orang belia Melayu yang berusia di antara 18-40 tahun dan dipilih secara rawak di Selangor. Selangor dipilih kerana negeri ini mempunyai peratusan penduduk belia Bumiputera tertinggi iaitu 52.4% bersamaan dengan 1.55 juta (Statistik Populasi Penduduk & Penduduk Belia Mengikut Kategori Umur, Jantina, Etnik, Daerah & Negeri Di Malaysia, 2019). Manakala jumlah populasi belia Melayu di Malaysia adalah seramai 6.87 juta (Jumlah penduduk mengikut kumpulan umur, jantina, kumpulan etnik, strata dan negeri, Malaysia, 2010).

Bagi tujuan pengutipan data, borang soal selidik diedarkan kepada responden dengan bantuan daripada Jabatan Belia dan Sukan (JBS) Negeri Selangor. Data yang diperolehi kemudiannya dianalisis secara deskriptif dan inferensi dengan menggunakan perisian SPSS 22.0. Statistik deskriptif digunakan dari segi kekerapan, peratusan, min, dan sisihan piawai dan dipersembahkan dalam bentuk jadual. Statistik ini digunakan untuk menjelaskan latar belakang responden kajian dan penggunaan media baharu dalam aktiviti politik. Manakala statistik inferens pula digunakan bagi melihat hubungan di antara demografi responden dan penggunaan media baharu dalam aktiviti politik. Bagi mengkaji perkaitan ini, ujian korelasi Spearman Rho digunakan.

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

Bahagian ini membincangkan dapatan kajian dan perbincangan mengenai penggunaan media baharu bagi aktiviti politik dalam kalangan belia di Selangor. Pertama, ia menerangkan demografi responden yang terlibat dalam kajian ini. Seterusnya, bahagian ini akan membincangkan secara terperinci mengenai penggunaan media baharu untuk aktiviti politik, menilai tahap penggunaan media baharu untuk aktiviti politik dan seterusnya, menganalisis hubungan di antara latar belakang demografi belia Melayu di Selangor dan penggunaan media baharu untuk aktiviti politik .

Demografi responden

Daripada 200 orang responden, majoriti responden terdiri daripada perempuan iaitu 51.5% dan hanya 48.5% adalah lelaki. Dari segi umur, peratusan tertinggi menunjukkan responden berumur di antara 25 hingga 34 tahun (56%), diikuti dengan responden yang berumur di antara 15 hingga 24 tahun (30%), manakala hanya 14% responden yang berumur di antara 35 hingga 40 tahun. Majoriti daripada mereka dikenal pasti tinggal di kawasan bandar (89%), manakala selebihnya tinggal di pinggir bandar (6.5%) dan di luar bandar (4.5%). Dari segi pendidikan, majoriti responden merupakan lepasan SPM (81%), diikuti oleh lepasan STPM/Sijil/Diploma (71%) dan selebihnya iaitu 48% adalah responden yang memiliki ijazah sarjana muda dan ke atas. Dalam kajian ini juga, tiada responden yang tidak mempunyai pendidikan formal/sekolah rendah mahupun lepasan SRP/PMR. Jadual 2 menunjukkan demografi responden yang terlibat di dalam kajian ini.

Jadual 2. Demografi responden

	Demografi	Frekuensi (N=200)	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	97	48.5
	Perempuan	103	51.5
Umur	15-24 tahun	60	30
	25-34 tahun	112	56
	35-40 tahun	28	14
Kawasan	Bandar	178	89
	Pinggir Bandar	13	6.5
	Luar bandar	9	4.5
Tahap Pendidikan	Tiada pendidikan formal/ Sekolah rendah	0	0
	SRP/PMR	0	0
	SPM	81	40.5
	STPM/Sijil/Diploma	71	35.5
	Ijazah dan ke atas	48	24

Penggunaan media baharu bagi aktiviti politik

Aktiviti politik didefinisikan sebagai melakukan sesuatu untuk menyokong atau menentang parti politik, calon politik kepartian, atau kumpulan politik kepartian (*Department of Defense Education Activity*, 2020). Bagi tujuan kajian ini, aktiviti politik merujuk kepada tindakan, perlakuan dan juga tingkahlaku yang berunsurkan politik. Media baharu pula merujuk kepada media digital yang interaktif dan mempunyai komunikasi dua hala (Logan. 2010). Ia tidak seperti media tradisional, sebagai contoh, televisyen, radio, akhbar dan majalah, yang hanya mempunyai komunikasi satu hala. Justeru, kajian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana belia menggunakan media baharu bagi aktiviti politik. Bagi mengenalpasti aktiviti politik yang dilakukan, responden diminta untuk memilih jawapan berdasarkan kepada 5 skala bagi setiap pernyataan yang diberikan.

Jadual 3 menunjukkan bahawa responden bersetuju bahawa mencari berita politik melalui akhbar dalam talian merupakan aktiviti yang dilakukan melalui media baharu (min = 4.04, sisihan piawai = 0.931). Responden turut bersetuju bahawa melayari laman web politik (min = 3.93, sisihan piawai = 0.975) dan menonton video politik adalah aktiviti yang dilakukan melalui media baharu (min = 3.62, sisihan piawai = 1.270). Selain itu, responden bersetuju bahawa berdiskusi atau memberi pendapat mengenai politik melalui laman sosial adalah aktiviti yang dilakukan melalui media baharu dengan menyatakan persetujuan (min = 3.52, sisihan piawai = 1.098). Hasil kajian juga mendapati bahawa responden menggunakan media baharu dengan memberi komen di blog-blog politik (min = 3.43, sisihan piawai = 1.262). Selain itu, responden bersetuju bahawa media baharu digunakan sebagai platform untuk menghantar maklumat politik (min = 2.98, sisihan piawai = 1.405) dan juga bersetuju bahawa media baharu digunakan untuk memuat naik atau memuat turun video berunsur politik (min = 2.33, sisihan piawai = 1.269). Berikut merupakan dapatan kajian bagi aktiviti politik melalui media baharu.

Jadual 3. Aktiviti politik melalui media baharu

Aktiviti	Min	Sisihan Piawai
Mencari berita politik melalui akhbar dalam talian	4.04	.931
Melayari laman web politik	3.93	.975
Berdiskusi/memberi pendapat mengenai politik melalui laman sosial	3.52	1.098
Menghantar maklumat politik	2.98	1.405
Memberi komen di blog politik	3.43	1.262
Menonton video politik	3.62	1.270
Memuat naik/memuat turun video berunsur politik	2.33	1.269

Kajian ini merumuskan bahawa melalui media baharu, aktiviti yang paling kerap dilakukan oleh responden adalah mencari berita politik melalui akhbar dalam talian. Pada masa kini, maklumat politik lebih mudah diperolehi melalui platform ini. Ini disebabkan oleh akses kepada akhbar dalam talian yang lebih mudah dan ia boleh diperolehi secara percuma iaitu tiada bayaran dikenakan untuk melanggannya. Pada masa kini, akhbar bercetak semakin sukar untuk diperolehi selain dari harganya yang sedikit meningkat berbanding dengan zaman sebelum akhbar atas talian diperkenalkan.

Di Malaysia, akhbar boleh dibahagikan kepada dua kategori, iaitu akhbar arus perdana dan akhbar alternatif. Akhbar arus perdana dikawal oleh pemerintah, dimiliki oleh syarikat-syarikat besar yang mempunyai hubungan dengan parti pemerintah, dan tidak dibenarkan untuk mengkritik pemimpin kerajaan seperti Media Prima Berhad, Star Publications (Malaysia) Berhad, Utusan Group (Malaysia) Berhad, Nanyang Press Holdings Berhad, Sin Chew Media Corporation Berhad, dan Tamil Nesan (Kenyon & Marjoribanks, 2007). Walaupun media ini adalah milik persendirian, mereka mempunyai hubungan erat dengan pihak yang memerintah. Manakala akhbar alternatif pula merujuk kepada media bebas yang tidak dikawal oleh kerajaan. Ia juga menawarkan sudut pandangan yang berbeza dari yang dipaparkan di media arus perdana (Mohd Sobhi Ishak, Norsiah Abdul Hamid, Mansor Mohd Noor, dan Azizah Sarkowi, 2015). Namun kategori yang dinyatakan ini merujuk kepada situasi sebelum PRU ke-14 pada tahun 2014. Pada masa kini, akhbar arus perdana dan alternatif lebih mudah diperolehi secara dalam talian seperti *Bharian.com.my*, *utusan.com.my*, *nanyang.com*, *sinchew.com.my*, *nanban2u.com.my*, *makkalosaionline.com*, *theborneopost.com*, *dailyexpress.com*, *malaysiakini.com*, *harakahdaily.net*, dan *therocket.com.my*. Mekanisme teknologi maklumat dan komunikasi (TMK) ini bukanlah sesuatu yang baru tetapi rakyat mula menggunakannya bagi tujuan politik sejak dari PRU ke -10 pada tahun 1999. Dapatan kajian terdahulu juga menunjukkan media baharu terutamanya Internet merupakan platform utama bagi mendapatkan maklumat politik (Zawiyah Mohd Zain, Mohamad Agus Yusoff, dan Zaheruddin Othman, 2015; Wan Asna Wan Mohd Nor, Salfarina Abdul Gapor, Mohamad Zaini Abu Bakar, dan Zainon Harun, 2011). Dengan kemunculan Internet, rakyat memiliki pilihan dan alternatif yang lebih luas

untuk mengakses maklumat politik, dan ia juga menjadi pelengkap kepada media tradisional tanpa menggantikannya sebagai saluran maklumat politik.

Tahap penggunaan media baharu untuk aktiviti politik

Tahap penggunaan media baharu untuk aktiviti politik responden diukur dengan menggunakan analisis item. Oleh kerana respons bagi setiap kenyataan diukur pada skala 5, setiap jawapan diberikan mata; sebagai contoh, ‘Sangat tidak setuju’ diberikan 1 mata dan ‘Sangat setuju’ adalah 5 mata. Lebih banyak responden bersetuju dengan jawapan, semakin tinggi skor yang diperolehi.

Cara pengiraan dibuat dengan menjumlahkan markah responden bagi menentukan tahap penggunaan media baharu untuk aktiviti politik mereka. Pengiraan ini digunakan oleh Moten (2011) untuk mengklasifikasikan budaya politik di Malaysia. Walaupun pengiraan ini digunakan dalam konteks budaya politik, pengiraan ini juga boleh digunakan dalam kajian ini bagi mengkategorikan tiga tahap penggunaan media baharu untuk aktiviti politik.

Skor penggunaan media baharu untuk aktiviti politik adalah di antara 0 dan 35. Jumlah ini kemudiannya dibahagikan kepada tiga untuk mengklasifikasikan tahap penggunaan kepada tiga, iaitu tinggi, sederhana dan rendah. Seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 4, skor julat di antara 0 - 11 adalah rendah, 12 - 23 adalah sederhana, dan 24 - 35 dianggap sebagai tinggi.

Jadual 4. Tahap penggunaan media baharu untuk aktiviti politik

Tahap	N (=200)	Peratus (%)
Rendah (0 – 11)	6	3
Sederhana (12 – 23)	50	25
Tinggi (24 – 35)	144	72

Hasil analisis mendapati bahawa majoriti responden tergolong dalam tahap penggunaan yang ‘tinggi’, iaitu seramai 144 orang responden atau 72%. Jadual 4 juga menunjukkan seramai 25% responden atau 50 orang tergolong dalam tahap sederhana, manakala hanya 3% responden atau 6 orang tergolong dalam tahap rendah. Responden di dalam kajian ini menunjukkan penggunaan yang kerap untuk mencari maklumat politik samada melalui akhbar dalam talian dan juga di laman sesawang politik. Kajian yang dilakukan oleh sarjana menunjukkan bahawa penggunaan internet dalam kalangan rakyat Malaysia semakin meningkat. Syed Arabi Idid (2015) dalam kajiannya mendapati penggunaan internet sebagai sumber pencarian maklumat didapati meningkat sebanyak 70 peratus dalam tempoh 4 tahun dan peratus kepercayaan terhadap sumber tersebut juga meningkat sebanyak 13 peratus. Dari segi tempoh penggunaan pula, laporan yang dikemukakan oleh Insititut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia (2020) mendapati bahawa kadar penggunaan Internet ini menunjukkan peningkatan hampir 43 peratus, dengan belia memperuntukkan penggunaan selama 3-4 jam sehari pada tahun 2015 kepada 6-7 jam sehari pada tahun 2019.

Responden dalam kajian ini juga menunjukkan kerap menggunakan laman sosial seperti berbincang, memberi pendapat dan juga komen mengenai politik. Ini mungkin juga didorong oleh faktor penggunaan media sosial oleh ahli politik. Pemimpin-pemimpin politik seperti Tun Dr Mahathir Mohamad, Dato’ Seri Najib Tun Razak dan Anwar Ibrahim mempunyai laman sosial masing-masing dan mempunyai pengikut (*follower*) yang tersendiri. Sebagai contoh, Anwar Ibrahim lebih aktif di media sosial, terutamanya di *YouTube* dan *Twitter* berbanding Dato’ Seri Najib. Kajian yang dilakukan oleh Mohd Sobhi Ishak et al. (2015) menunjukkan bahawa jumlah pengikut *Twitter* Anwar Ibrahim meningkat tiga kali ganda setiap hari dan setiap bulan daripada Dato’ Seri Najib. Walau bagaimanapun, Dato’ Seri Najib aktif melalui Facebook. Beliau kerap bergaul dan berbual bersama rakyat melalui saluran media sosial ini. Ini menunjukkan bahawa penggunaan media sosial dalam kalangan pemimpin merupakan antara faktor yang mendorong rakyat untuk berbincang, memberi pendapat dan juga komen mengenai politik di laman sosial.

Perbincangan di atas menunjukkan bahawa terdapat beberapa faktor yang menyumbang kepada tahap penggunaan media baharu yang tinggi dalam kalangan responden. Ia didorong oleh beberapa aktiviti melalui media baharu yang kerap dilakukan oleh responden.

Hubungan di antara faktor demografi dan penggunaan media baharu bagi aktiviti politik

Objektif terakhir kajian ini adalah untuk menganalisis hubungan di antara faktor demografi dan penggunaan media baharu bagi aktiviti politik dalam kalangan belia di Selangor. Dalam erti kata lain, kajian ini akan meneliti adakah terdapat hubungan di antara latar belakang responden dan penggunaan media baharu bagi tujuan tersebut. Bagi menjawab objektif ini, ujian korelasi pearson dijalankan bagi mengukur kekuatan dan arah hubungan bagi dua variabel tersebut.

Ujian korelasi yang dijalankan menunjukkan bahawa terdapat satu perhubungan yang signifikan manakala tiga lagi tidak signifikan. Jantina didapati mempunyai hubungan negatif yang kuat dan tidak signifikan dengan penggunaan media baharu bagi aktiviti politik ($r = -.191$; $p = .007$). Perhubungan antara umur dengan penggunaan media baharu bagi aktiviti politik menunjukkan hubungan positif yang lemah dan tidak signifikan ($r = .367$, $p = .000$), dan kawasan tempat tinggal pula menunjukkan perhubungan negatif yang lemah tetapi signifikan ($r = -.40$, $p = .578$). Manakala tahap pendidikan responden menunjukkan perhubungan negatif yang sangat lemah dan tidak signifikan dengan penggunaan media baharu bagi aktiviti politik ($r = -.293$, $p = .000$). Jadual 5 di bawah menunjukkan hasil analisis korelasi antara demografi dan penggunaan media baharu untuk aktiviti politik.

Jadual 5. Korelasi antara demografi dan penggunaan media baharu untuk aktiviti politik

Demografi	<i>r</i>
Jantina	-.191
Umur	.367
Kawasan kediaman	-.40
Tahap pendidikan	-.293

Hasil dapatan menunjukkan kawasan kediaman responden mempunyai hubungan kuat dengan penggunaan media baharu. Keadaan ini berkemungkinan disebabkan oleh kemudahan capaian internet di kawasan tempat tinggal responden. Kemudahan Internet kini tersedia di seluruh negara dengan peluang yang sama untuk semua rakyat, tidak kira di kawasan bandar atau luar bandar. Ini menunjukkan bahawa jurang digital di Malaysia semakin mengecil. Istilah jurang digital merujuk kepada perbezaan masyarakat dalam penggunaan teknologi digital (Holmes di dalam Zaitun A. B. & Crump, 2005). Rakyat Malaysia kini berpeluang mengakses Internet di mana sahaja dan dengan menggunakan pelbagai medium. Kerajaan juga berusaha bagi memastikan semua rakyat Malaysia mendapat akses Internet yang sama. Ia merupakan salah satu langkah bagi mengurangkan jurang digital di Malaysia. Pelbagai usaha dilakukan oleh pihak kerajaan samada di peringkat persekutuan mahupun negeri, dengan kerjasama syarikat-syarikat multinasional bagi merapatkan jurang digital ini (Zaitun A. B. & Crump, 2005). Selain itu, peruntukan yang besar juga diberikan oleh kerajaan dan jumlahnya meningkat dari tahun ke tahun (Soh et al., 2011).

Dalam konteks negeri Selangor pula, ia merupakan antara negeri yang maju. Ia diisytiharkan sebagai negeri maju pada tahun 2005, berdasarkan kepada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) negeri itu. Jabatan Perangkaan Malaysia melaporkan bahawa Selangor mencatat sumbangan KDNK tertinggi pada tahun 2010-2014, iaitu sebanyak 22.4 peratus ('Selangor ketua sumbangan KDNK', 2016). Selaras dengan pengisytiharan sebagai negeri maju, kerajaan haruslah memastikan jurang digital dan capaian Internet di negeri itu seimbang di setiap kawasan, tidak kira bandar dan luar bandar.

Justeru, analisis di atas menunjukkan bahawa kawasan kediaman atau tempat tinggal rakyat merupakan antara faktor penting yang menyumbang kepada penggunaan media baharu bagi tujuan politik. Walaupun kerajaan telah berusaha untuk mengurangkan jurang digital di seluruh negara, mereka perlu memperkasakan lagi kemudahan Internet di setiap kawasan kediaman dengan tumpuan diberikan kepada kawasan pinggir bandar dan luar bandar. Ini kerana masih lagi terdapat kawasan yang mempunyai capaian

Internet yang lemah dan ada juga yang kawasan yang tidak mempunyai capaian Internet. Seandainya keadaan ini tidak di atasi, ketidakseimbangan penyertaan aktiviti politik melalui media baharu akan terus berlaku dan jurang di antara kawasan bandar dan luar bandar akan kekal.

KESIMPULAN

Pada abad ke-21, masyarakat di seluruh dunia terdedah dengan teknologi maklumat dan komunikasi (TMK). Secara tidak langsung, ia mendedahkan masyarakat kepada platform baharu dalam berkomunikasi dan juga dalam aktiviti seharian. Artikel ini menyumbang kepada literatur dalam sains politik khususnya penyertaan politik Malaysia. Ia memberikan pemahaman tentang pelbagai cara penyertaan politik dalam talian. Secara khusus, artikel ini meneroka penggunaan internet untuk aktiviti politik dalam kalangan belia di Selangor. Dapatan kajian menunjukkan penggunaan internet untuk aktiviti politik berada pada tahap yang tinggi dengan belia menggunakannya untuk mencari berita politik melalui akhbar dalam talian. Analisis selanjutnya pula mendapati kawasan tempat tinggal responden mempunyai hubungan yang signifikan dengan penggunaan media baharu bagi aktiviti politik. Secara keseluruhan, kajian ini mengisi jurang dalam meneroka penggunaan internet dalam aspek politik, khususnya dalam kalangan belia. Walaupun terdapat sejumlah kajian yang meneliti penggunaan internet di kalangan rakyat Malaysia, kajian ini memfokuskan kepada golongan muda dengan memberi penekanan pada aktiviti politik mereka melalui internet. Kebanyakan kajian hanya memfokuskan kepada penggunaan internet sebagai sumber maklumat, namun kajian ini meneroka dengan lebih terperinci bagaimana media baharu ini digunakan bagi tujuan aktiviti politik. Data yang ditunjukkan oleh IPPBM melaporkan bahawa kadar penggunaan internet belia semakin meningkat dari tahun ke tahun dengan jumlah jam penggunaan sehari juga menunjukkan peningkatan. Justeru, kajian mengenai penggunaan media baharu ini dalam sosialisasi politik golongan belia adalah signifikan untuk dijalankan. Ini kerana media merupakan antara agen sosialisasi politik, maka adalah penting untuk melihat bagaimana agen ini dapat membentuk literasi politik belia. Literasi politik golongan belia adalah penting agar mereka dapat menilai sesuatu isu dengan lebih rasional. Ia perlu dipupuk dari awal supaya negara dapat melahirkan generasi belia yang bertanggungjawab dalam menentukan kepimpinan negara. Ini penting sebagai persediaan negara dalam melaksanakan penguatkuasaan undi 18 tahun.

Akhir sekali, lebih banyak penyelidikan diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif mengenai penggunaan media baru untuk aktiviti politik dan penyertaan dalam konteks Malaysia. Selain itu, kajian masa hadapan juga perlu menggunakan sampel yang lebih besar dengan menggunakan analisis statistik yang lain. Kesimpulannya, kajian ini merupakan usaha awal untuk meneroka penggunaan internet dalam politik di negara ini.

RUJUKAN

- Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Department of Defense Education Activity. (2020). *Political Activity*. Dimuat turun daripada <https://www.dodea.edu/Offices/Counsel/pa.cfm>
- De Vreese, C. H., & Moeller, J. (2014). Communication and political socialization. Dalam C. Reinemann (Pnyt.), *Political communication* (ms. 529–546). Berlin: De Gruyter.
- Ezhar Tamam, & Md. Salleh Hassan. (2015). Online and social media for political participation among young adults. Dalam Aida Mokhtar (Pnyt.), *Youths, Media and Politics: A New Identity* (hlm. 136–161). Kangar: Penerbit Universiti Malaysia Perlis.
- Fatimah Akmal, & Ali Salman. (2015). Partisipasi politik belia secara ‘online’ melalui ruang demokrasi maklumat media baru. *Jurnal Komunikasi*, 31(1), 81-100.
- Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia. (2018). *Belia paling ramai mengikut negeri* [Info Grafik]. Dimuat turun daripada <http://www.iyres.gov.my/index.php/ms/belia-paling-ramai-mengikut-negeri>
- Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia. (2019). *Statistik Populasi Penduduk & Penduduk Belia Mengikut Kategori Umur, Jantina, Etnik, Daerah & Negeri Di Malaysia*. Dimuat turun daripada <https://ydata.iyres.gov.my/iyresbankdataV2/www/index.php?r=pub/home/readcontent4&id=134>

- Institut Penyelidikan Pembangunan Belia Malaysia (IPPBM). (2020). *Indeks belia Malaysia 2019: Mengukur kesejahteraan hidup Belia Malaysia*. Dimuat turun daripada [https://www.iyres.gov.my/images/penerbitan/Penilaian%20Outcome%20Indeks%20Belia%20Malaysia%202019%20\(IBM19\).pdf](https://www.iyres.gov.my/images/penerbitan/Penilaian%20Outcome%20Indeks%20Belia%20Malaysia%202019%20(IBM19).pdf)
- Jabatan Perangkaan Malaysia, (2010). *Jumlah penduduk mengikut kumpulan umur, jantina, kumpulan etnik, strata dan negeri, Malaysia*. Dimuat turun daripada <https://www.dosm.gov.my/censusatlas/images/EthnicEN.pdf>
- Kenyon, A. T., & Marjoribanks, T. (2007). Transforming media markets: The cases of Malaysia and Singapore. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 5(2), 103–118.
- Koc, M., & Tamer, S. L. (2011). The investigation of Turkish high school students' Internet use profiles across their demographics. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 15, 2912–2916. doi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.04.213>
- Logan, Robert K. (2010). *Understanding new media: Extending Marshall McLuhan*. Dimuat turun daripada https://books.google.com.my/books?id=Z8RhVp7B5uAC&pg=PA1&source=gbs_toc_r&cad=2#v=onepage&q&f=false.
- Mohd Fuad Mat Jali & Junaidi Awang Besar. (2012). Pendapat dan keperluan generasi muda di kawasan Parlimen Muar, Johor. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 7(1), 50-63.
- Mohd Sobhi Ishak, Norsiah Abdul Hamid, Mansor Mohd Noor & Azizah Sarkowi. (2015). Social media, politics and youths. Dalam Aida Mokhtar (Pnyt.), *Youths, Media and Politics: A New Identity* (ms. 1–25). Kangar: Penerbit Universiti Malaysia Perlis.
- Moten, A. R. (2011). Changing political culture and electoral behavior in Malaysia. *Asian Affairs: An American Review*, 38(1), 39–56. doi: <https://10.1080/00927678.2010.548201>
- Ohme, J., & De Vreese, C. H. (2020). Traditional and “New Media” Forms and Political Socialization. Dalam J. Bulck (Pnyt.), *The International Encyclopedia of Media Psychology* (Edisi Pertama). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0167>
- Polat, R. K. (2005). The Internet and political participation: Exploring the explanatory links. *European Journal of Communication*, 20(4), 435–459. doi: <https://doi.org/10.1177/0267323105058251>
- Rashila Ramli. (2012). Youth political participation in Asia: Outlooks in Malaysia and Indonesia. Dalam W. Hofmeister (Pnyt.), *Youth: Future Agents of Change or Guardians of Establishment?* (ms. 11–18). Singapore: Konrad Adenauer Stiftung.
- Selangor ketua sumbangan KDNK dalam ekonomi nasional. (30 Oktober 2015). Dimuat turun daripada <http://www.astroawani.com/berita-bisnes/selangor-ketuai-sumbangan-kdnk-dalam-ekonomi-nasional-78750>
- Soh, P. C. H., Chew, K. W., Veeri Chettiar Arumugan, & Ang, P. H. (2011). Ethnic-based digital divide and internet use amongst Malaysian students. *Akademika* 81(1), 93-100.
- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia. (2017). *Internet user survey 2017*. Dimuat turun daripada https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/MCMC-Internet-Users-Survey-2017_v2.pdf
- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia. (2018). *Communications and multimedia: Facts and figures 2018*. Dimuat turun daripada <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/CM-Facts-and-Figures-3Q18.pdf>
- Syed Arabi Idid. (2015). The young Malaysian voter. Dalam Aida Mokhtar (Pnyt.), *Youths, Media and Politics: A New Identity* (ms. 1–25). Kangar: Penerbit Universiti Malaysia Perlis.
- Wan Asna Wan Mohd Nor, Salfarina Abdul Gapor, Mohamad Zaini Abu Bakar, & Zainon Harun. (2011a). Patterns of internet and traditional media use for political information and political participation in Malaysia. *International Journal of Cyber Society and Education*, 4(1), 31–38.
- Zawiyah Mohd Zain, Mohamad Agus Yusoff, & Zaheruddin Othman. (2015). Internet dan kebangkitan demokrasi siber di Malaysia: Analisis pilihan raya umum 1999 dan 2008. *Malaysian Journal of Society and Space*, 11(6), 56-66.