

## Kerelevanan Siaran Radio Terhadap Remaja Generasi Z di Malaysia

JAMIAH MANAP  
SALASIAH HANIN HAMJAH  
FAZILAH IDRIS  
NURUL NABILA MOHD IZANI  
*Universiti Kebangsaan Malaysia*

MOHAMMAD REZAL HAMZAH  
*Universiti Malaysia Perlis*

### ABSTRAK

Radio merupakan media arus perdana yang penting dalam pembangunan negara bangsa. Pada era globalisasi, media baharu mula mendominasi landskap komunikasi negara. Timbul satu persoalan iaitu sejauh manakah kerelevanan siaran radio terhadap remaja Generasi Z di Malaysia? Sehubungan itu, kajian ini bertujuan untuk mengenalpasti minat remaja Generasi Z terhadap siaran radio dan faktor yang mempengaruhi minat mereka terhadap rancangan siaran radio. Kajian ini menggunakan kaedah penyelidikan kuantitatif dan kualitatif. Kajian kuantitatif melibatkan 944 responden yang berusia antara 13 hingga 23 tahun. Kajian kualitatif pula melibatkan 30 orang mahasiswa yang berusia antara 20 hingga 23 tahun. Hasil kajian mendapati bahawa kewujudan radio masih lagi relevan dalam kalangan remaja Generasi Z. Empat stesen radio iaitu Era FM, Hot FM, Hitz FM dan IKIM FM menjadi pilihan utama remaja Generasi Z di Malaysia. Selain itu, kajian mendapati faktor lagu, unsur jenaka, nilai ilmu, dan bentuk pengendalian rancangan radio mempengaruhi pemilihan sesebuah stesen radio. Dalam pada itu, faktor penolakan remaja Generasi Z terhadap rancangan dan program radio turut dibincangkan dalam artikel ini. Justeru, siaran radio masa kini perlu bersifat dinamik, informatif dan multi-fungsi agar berupaya menjadi medium komunikasi berwibawa yang relevan dengan remaja Generasi Z. Hal ini seiring dengan aspirasi negara untuk memperkasa remaja Generasi Z yang bakal menerajui kepimpinan negara pada dekad mendatang.

**Kata kunci:** *Komunikasi belia, generasi Z, radio, psikologi pendidikan, kemahiran keibubapaan.*

## The Relevance of Radio Broadcasts Towards Z Generation Teenagers in Malaysia

### ABSTRACT

Radio broadcasting is a mainstream mass media and important for nation building. In the era of globalization, new media has dominated the communication landscape in Malaysia. Thus, to what extent is radio broadcasting relevant to the Z Generation? This research aims to determine the Z Generation's interest in radio broadcasts, and the influencing factors for their interest. The research combined quantitative and qualitative research methods. The qualitative study involved 944 respondents aged 13-23 years old. Meanwhile, the qualitative study involved 30 participants aged 20-23 years old. Research has found that radio broadcasts are still very much relevant for Z Generation. Four radio stations: Era FM, Hot FM, Hitz FM, and IKIM FM have been regarded as among the top stations in

Malaysia. The findings also show that the types of songs, sense of humor, the value of knowledge and the way of handling radio programs have influenced the teenager's decision in choosing to listen to radio. This paper will also discuss the rejecting factors of the Z Generation towards radio programs. The findings show that today's radio must be dynamic, informative and multi-functional to ensure it can become a credible communication medium for the Z Generation. This is in line with the national aspiration to empower the Z Generation as future leaders for the decades ahead.

**Keywords:** *Youth communication, Z generation, radio, educational psychology, parenting skills.*

## PENDAHULUAN

Radio muncul sebelum penciptaan televisyen, komputer, telefon pintar dan pelbagai alatan komunikasi canggih pada abad ini. Radio juga merupakan medium utama perhubungan, penyampaian maklumat dan hiburan. Namun, topik tentang radio jarang dibincangkan walaupun digunakan secara meluas. Radio seolah-olah menjadi 'media yang dilupakan' (Pease, Dennis & Dennis, 2018).

Generasi Z di Malaysia pula merujuk individu yang lahir antara tahun 1995-2010 (Jamiah, Mohammad Rezal, Nor Jana & Nurul Nabila, 2015). Persoalannya, seiring dengan perubahan zaman, sejauh manakah siaran radio masih lagi relevan kepada remaja Generasi Z di Malaysia? Sehubungan itu, kajian ini bertujuan mengenal pasti minat remaja Generasi Z terhadap rancangan atau siaran radio, faktor yang mempengaruhi minat remaja mendengar siaran radio dan sebab mereka memilih stesen radio tertentu sebagai pilihan utama. Radio dalam konteks kajian ini merujuk stesen radio yang dapat didengari oleh remaja di Malaysia melalui gelombang radio dan Internet.

## SOROTAN LITERATUR

### *Radio Sebagai Medium Pembangunan Negara*

Radio berfungsi sebagai medium pembangunan negara. Radio pernah digunakan untuk membangunkan industri pertanian di Malaysia. Rancangan bual bicara, drama radio dan bangsawan digunakan untuk mempromosikan rancangan dan strategi pembangunan pertanian negara selepas era penjajahan Jepun. Penggunaan radio telah berjaya menyuntik motivasi serta meningkatkan penglibatan dan kemahiran pertanian khususnya bagi penduduk di kawasan luar bandar (Fadzilah, Faridah & Wan Amizah, 2012). Salah satu rancangan drama radio yang berimpak adalah 'Kebun Pak Awang'. Rancangan ini diinspirasikan daripada rancangan radio popular Australia "Blue Hills" yang mengandungi 80 peratus unsur hiburan, 10 peratus pendidikan dan 10 peratus motivasi (Murtadza, 1967).

### *Radio Sebagai Sumber Pendidikan*

Radio juga berfungsi sebagai sumber pendidikan dan penyampaian maklumat terkini melalui program dan informasi semasa yang mendidik masyarakat (Leung, 2003). Informasi dapat disampaikan dengan lebih cepat dan meluas melalui radio (McClung, Pompper, & Kinnally, 2007). Oleh itu, radio digunakan untuk mendapatkan berita terkini dan memenuhi masa lapang (Mahat Jamal, 2014). Maklumat yang berterusan daripada siaran radio menjadikan ianya satu platform yang mudah untuk diikuti oleh masyarakat pada bila-bila masa untuk mendapatkan maklumat penting (La Ferle, Edwards, & Lee, 2000) seperti perkembangan politik (Ali Salman,

Normah, Mohd Azul & Mohd Nor Shahizan, 2016) dan keadaan sosio ekonomi negara (Pate & Dauda, 2013).

### *Radio Sebagai Medium Perang Saraf*

Sebelum kewujudan media sosial, radio menjadi medium utama perang saraf untuk mempengaruhi pemikiran manusia. Contohnya, dalam Perang Dingin (1947-1991), Radio Free Europe (RFE) atau Radio Liberty (RL) dilancarkan sebagai propaganda bagi menentang enam satelit Komunis di kawasan tengah dan timur Eropah. Radio digunakan untuk mempengaruhi minda masyarakat dalam membantu percaturan politik di antara Kesatuan Soviet dan Amerika Syarikat (Ahmad Saufiyyan, 2017). Akibatnya, radio telah diharamkan di sesetengah negara terutamanya ketika zaman peperangan bagi mengelakkan musuh mengetahui strategi peperangan pihak lawan.

Pada masa kini, media arus perdana seperti radio menjadi penyumbang kandungan utama kepada informasi di media sosial (Ahmad Saufiyyan, 2017). Penyatuan ini memberi kuasa berganda kepada siaran radio. Ini kerana radio merupakan media arus perdana yang dianggap mempunyai kredibiliti yang lebih tinggi berbanding media sosial. Radio mempunyai kuasa propaganda untuk mempengaruhi pemikiran dengan mengubah persepsi masyarakat terhadap sesuatu isu atau perkara serta berupaya untuk melonjakkan kredibiliti dan reputasi individu atau organisasi secara drastik. Dalam pada itu, media sosial pula merupakan pusat graviti kuasa yang menyebarkan maklumat secara lebih meluas daripada siaran radio tersebut (Ahmad Saufiyyan, 2017).

### *Radio Sebagai Terapi*

Radio merupakan medium terapi yang berkesan. Menurut Hilmes dan Loviglio (2002), radio juga berperanan menajamkan keupayaan dan kemahiran mendengar khususnya kepada Generasi Z yang kini lebih terdedah dengan penggunaan gajet. Ini dapat melatih daya tumpuan untuk mendengar dengan lebih efektif.

Kebanyakan pengguna mendengar radio untuk mendengar muzik bagi meredakan tekanan dan menghilangkan kebosanan (Norshafawati, Asiah & Fauziah, 2007). Radio juga berperanan sebagai medium untuk berinteraksi. Komunikasi dua hala dalam program radio meningkatkan minat pendengar kepada radio (Leung, 2003). Radio menjadi tempat pendengar meluahkan masalah atau berkongsi sesuatu menerusi siaran radio yang didengar (Holma & Toskala, 2005). *Disc jockey* atau lebih dikenali sebagai DJ radio atau juruhebah bukan sahaja berperanan mengendalikan penyusunan lagu dan rancangan semasa, mereka juga perlu membina personaliti tersendiri agar pendengar dapat merasakan mereka rapat dengan DJ (juruhebah) radio. Hubungan ini sekaligus menjadikan pendengar bukan sahaja selesa malah mahu berkongsi pengalaman mereka sama ada pengalaman menggembarakan atau sebaliknya. Situasi ini merupakan satu bentuk terapi yang mampu dilakukan oleh juruhebah agar pendengar mahu terus berinteraksi tanpa perlu mengetahui wajah juruhebah dan pendengar (Holma & Toskala, 2005).

Kesimpulannya, radio merupakan medium utama komunikasi sejak tahun 1985. Radio berjaya mempengaruhi manusia untuk mengubah persepsi, sikap dan tingkah laku manusia secara berperingkat. Bagaimanapun, zaman telah berubah. Kewujudan televisyen yang diikuti

dengan internet dan media baharu dijangka mengubah peranan dan fungsi radio bagi remaja Malaysia masa kini yang telah memasuki fasa Generasi Z. Sehubungan itu, kajian ini dibuat bagi meneroka sejauh mana kerelevanan radio arus perdana kepada remaja Generasi Z di Malaysia dan faktor yang mempengaruhi reaksi mereka terhadap radio tersebut.

#### METODOLOGI

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Kajian kuantitatif dilaksanakan dengan menggunakan borang soal-selidik Profil Generasi Z (Jamiah et al., 2016). Borang tersebut diedarkan kepada 1000 orang responden remaja Generasi Z di beberapa buah sekolah menengah dan universiti di Malaysia. Walau bagaimanapun, hanya 944 borang yang lengkap diterima. Data yang diperolehi kemudiannya dianalisis menggunakan SPSS untuk mengenalpasti minat dan faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z terhadap radio melalui analisis deskriptif dan inferensi.

Kajian kualitatif turut dilaksanakan untuk memahami dengan mendalam trend pemilihan siaran radio dalam kalangan belia Generasi Z. Informan bagi kajian kualitatif terdiri daripada 30 orang mahasiswa Generasi Z yang tidak terlibat sebagai responden dalam kajian kuantitatif. Dengan cara ini, ia dapat menyokong dan menguatkan lagi hujah dapatan yang diperolehi melalui kajian kuantitatif. Informan kajian kualitatif dipilih melalui kaedah persampelan bertujuan. Kriteria bagi persampelan merangkumi tiga perkara berikut:

1. Mahasiswa UKM
2. Tidak terlibat sebagai responden kajian kuantitatif
3. Berusia antara 18-23 tahun

Kesemua mahasiswa ini diberikan soalan ringkas melalui medium *WhatsApp*. Penyelidik memberikan mereka empat soalan ringkas iaitu:

1. Apakah siaran radio yang paling anda gemari?
2. Mengapa anda menggemari siaran radio tersebut?
3. Nyatakan siaran radio yang anda tidak suka.
4. Apakah kelemahan utama siaran radio tersebut?

Kesemua informan menjawab soalan yang diberikan oleh penyelidik melalui aplikasi *WhatsApp*. Kesemua jawapan tersebut kemudiannya dihantar kepada email penyelidik dalam bentuk *txt*. Bagaimanapun, dokumen dalam bentuk *txt* sukar untuk dibaca dan dianalisis. Oleh itu, dokumen *txt* tersebut kemudiannya disalin dan ditampal semula (*copy & paste*) ke dalam dokumen *Microsoft Word* supaya mudah untuk dianalisis. Dokumen dalam bentuk *Microsoft Word* tersebut kemudiannya dianalisis setiap baris untuk memahami minat Generasi Z terhadap radio.

#### HASIL DAN PERBINCANGAN

Kajian mendapati siaran radio masih lagi relevan sebagai media massa yang memberi pengaruh kepada remaja Generasi Z. Empat buah stesen radio menjadi pilihan utama remaja Generasi Z iaitu Era FM, Hot FM, Hitz FM dan IKIM FM. Kajian juga mendapati terdapat pelbagai faktor yang mempengaruhi pemilihan siaran radio oleh remaja Generasi Z.

*Profil Responden Remaja Generasi Z*

Jadual 1 menunjukkan profil demografi bagi remaja Generasi Z dalam kajian ini. Majoriti responden terdiri daripada remaja yang berusia antara 13-15 tahun (37%), perempuan (57%), berbangsa Melayu (91%) dan beragama Islam (93%). Kebanyakan ibu bapa responden Generasi Z dalam kajian ini pula berusia antara 40-49 tahun dan berpendapatan isi rumah RM3000 ke bawah (41%).

Jadual 1: Profil Demografi Responden Generasi Z

Demografi	Kategori	N	Peratusan (%)
Umur	13 tahun -15 tahun	350	<b>37</b>
	16 tahun -17 tahun	290	31
	18 tahun - 23 tahun	304	32
Jantina	Lelaki	411	44
	Perempuan	533	56
Pendapatan Isi Rumah	RM 1000 ke bawah	151	16
	RM 1001 – RM 3000	236	<b>25</b>
	RM 3001 – RM 5000	112	12
	RM 5001 – RM 7000	61	5
	RM 7001 ke atas	134	14
	Tidak dinyatakan	250	26

*Kekerapan Generasi Z Mendengar Radio*

Sejumlah 91% daripada responden didapati masih mahu mendengar radio (Jadual 2). Hal ini menunjukkan, radio masih lagi menjadi pilihan Generasi Z. Ini bersesuaian dengan naluri remaja yang mahukan sesuatu yang segera, cepat dan mudah dicapai (Marin & Gamba, 1996).

Jadual 2: Kekerapan Remaja Generasi Z Mendengar Radio

Kekerapan	Remaja Generasi Z	Peratus (%)
Tidak Pernah	60	6
Sekali-sekala	604	64
Kerap	195	20
Sangat Kerap	66	7
Tidak dinyatakan	19	3

Walaupun bagaimanapun, hanya 27% daripada mereka yang kerap mendengar radio manakala majoriti daripada mereka hanya mendengar radio pada waktu yang tertentu iaitu tidak kerap (64%). Menurut Lee Kuok, Aisah, Liana dan Siti Suriani (2016), kebergantungan penuntut di IPT kepada telefon pintar menyebabkan radio tidak menjadi keutamaan mereka.

### *Radio Pilihan Remaja*

Stesen radio Era FM (276 responden) dan Hot FM (110 responden) menduduki senarai teratas dalam stesen radio pilihan utama remaja Generasi Z (Jadual 3). Ini diikuti dengan radio Hitz FM (45 responden) dan IKIM FM (40 responden). Bilangan remaja yang memilih radio Era FM dan Hot FM sebagai radio pilihan utama jauh mendahului Hitz v dan IKIM FM. Selain itu, sebilangan remaja memilih radio Sinar FM (30 responden), THR Gegar (28 responden) dan Suria FM (20 responden). Sehubungan itu, kajian lanjutan dalam bentuk kualitatif juga dilakukan untuk mengenalpasti faktor kecenderungan remaja memilih siaran radio tersebut.

Jadual 3: Siaran Radio Pilihan Utama Remaja Generasi Z

<b>Siaran Radio</b>	<b>Remaja Generasi Z</b>	<b>Peratus (%)</b>
Era FM	276	29
Hot FM	110	12
Fly FM	23	2
Hitz FM	45	5
IKIM FM	40	4
Sinar FM	30	3
Suria FM	20	2
THR Gegar	28	3
Lain-lain	372	39

Wan Idros dan Ooi Lei (2017) berpendapat remaja memilih siaran radio bagi memenuhi naluri mereka dan mengikuti perkembangan semasa. Hal ini menunjukkan pengendali rancangan radio yang mahukan pendengar dalam kalangan remaja Generasi Z mengikuti siaran radio mereka perlulah sentiasa peka terhadap keperluan, kemahuan dan minat generasi ini melalui penyelidikan berterusan. Kajian lanjutan juga boleh dilaksanakan bagi menilai keberkesanan program tersebut kepada remaja Generasi Z di samping mengenalpasti penambahbaikan yang perlu dilaksanakan dari masa ke masa.

### *Faktor Pemilihan Radio Era FM*

Era FM dikategorikan sebagai radio yang menarik dan menghiburkan. Era FM (Jadual 4) menduduki tangga pertama bagi siaran radio pilihan utama remaja Generasi Z. Daripada 276 remaja yang memilih Radio Era FM sebagai pilihan utama, majoriti daripada mereka mendengar siaran radio adalah untuk mendapatkan hiburan (64 %) khususnya melalui lagu atau jenaka yang disiarkan. Tarikan utama Era FM terletak pada lagu yang diputarkan (23%). Ini diikuti dengan unsur jenaka (28%) oleh DJ radio (juruhebah) yang bertugas. Kebanyakan lagu yang diputarkan oleh Era FM adalah lagu baharu dan terkini serta menjadi kegilaan pendengar muzik. Pelbagai genre muzik diketengahkan dan kebanyakannya terdiri daripada lagu yang berentak rancak dan moden. Strategi Era FM yang menggunakan kredibiliti artis dan personaliti terkenal tanah air seperti Johan, Ray, Dina dan Haniff sebagai juruhebah yang digabungkan dalam sesebuah rancangan mampu memberikan suasana ceria dan gelak ketawa antara pendengar dan juruhebah di Era FM. Lawak jenaka bersahaja dan suara yang mantap menjadi kelebihan radio Era FM dalam menambat hati pendengar remaja Generasi Z. Dalam pada itu, terdapat juga sebilangan responden yang mendengar radio Era FM semata-mata untuk

mendapatkan informasi semasa (0.7%) dan juga ketenangan (1.4%), namun bilangannya sangat sedikit. Dapatan ini membuktikan informasi yang disampaikan dalam radio Era FM dalam mod yang santai dan ringkas mampu menarik kumpulan pendengarnya yang tersendiri.

Jadual 4: Faktor Pemilihan Radio Era FM dalam kalangan Remaja yang Meminati Radio Era FM

<b>Faktor Pemilihan</b>	<b>Remaja Generasi Z</b>	<b>Peratus (%)</b>
Jenaka	57	21
Lagu	64	23
Hiburan	55	20
Info	5	2
Ketenangan	4	1
Menarik	38	14
Pilihan Ramai	2	1
Minat	6	2
Lain-lain	1	16

Remaja cenderung memilih kepada hiburan santai tetapi dalam masa yang sama turut mencari informasi yang dimahukan oleh mereka. Hal ini bersesuaian dengan jiwa remaja yang tidak mahu terlalu terikat dengan protokol. Cara penyampaian yang bersahaja juga menyebabkan golongan remaja memilih siaran radio Era FM sebagai seleksi utama mereka. Ini selari dengan kajian Tiung, Meri, Matnayan dan Othman (2016). Mereka mendapati, remaja cenderung kepada penyampaian radio secara santai dan berupaya memenuhi kemahuan mereka.

Tinjauan yang dibuat melalui kajian kualitatif juga mendapati pemilihan radio Era FM dibuat kerana lagu yang diputarkan. Remaja Generasi Z menyukai lagu yang bersifat terkini, pelbagai genre dan pelbagai bahasa.

...ERA mainkan lagu-lagu yang terkini (Aini, 21 Tahun).

ERA memainkan lagu-lagu yang terkini, dan selain itu radio ERA terdapat banyak segmen, bukan sahaja lagu Melayu malah lagu English, Korea, nasyid dan banyak lagi. Segmen yang paling saya suka ialah Johara Pagi ERA (Amna, 23 Tahun).

Sentiasa memainkan lagu terbaru pelbagai genre muzik sama ada dalam negara mahupun luar negara dan suka segmen trending Hit ERA (Abe Jaa) (Haliza, 21 Tahun).

Dapatan kajian menunjukkan majoriti remaja mendengar radio bagi mendapatkan hiburan (62%) khususnya melalui lagu atau jenaka yang disiarkan. Ini selari dengan kajian Mohd Hafeez (2011) yang turut mendapati responden dalam kajiannya suka kepada lagu dan muzik. Selain itu, beliau juga mendapati kecenderungan terhadap aliran muzik tertentu menyebabkan remaja terlibat dalam masalah gejala sosial. Walaupun terdapat aliran muzik yang baik untuk didengari seperti muzik yang bertemakan nasihat, ketuhanan dan motivasi, namun kebanyakan remaja lebih terarah untuk memilih muzik yang tidak mendatangkan faedah dan hanya merosakkan akhlak. Dapatan kajian Mohd Hafeez (2011) juga selari dengan dapatan kajian

Smith et al. (2017) yang mendapati muzik mempunyai kecenderungan menggalakkan remaja terlibat dengan masalah alkohol dan merokok. Sehubungan itu, remaja masa kini perlu diberikan hiburan yang mengandungi unsur pendidikan dan pembangunan diri secara holistik.

Remaja Generasi Z juga memilih Era FM kerana unsur jenaka yang disampaikan. Slot JOHARA menjadi antara pilihan utama responden dan informan kajian ini. Ia berkesan untuk meredakan ketegangan dan stres yang sedang dihadapi oleh remaja Generasi Z.

Sebab ada slot Pagi di Era – Sketsa JOHARA (Nurin, 21 Tahun).

Suka dengan lawak-lawak JOHARA. #mudahterhibur (Aini, 21 Tahun).

Kajian Ziv (2014) mendapati, jenaka dalam pembelajaran boleh meningkatkan prestasi akademik pelajar. Jenaka yang diolah dengan baik juga berpotensi untuk mengubah tingkah laku manusia agar menjadi lebih baik, meningkatkan motivasi, mengurangkan kebimbangan dan mendorong manusia berfikir (Torok, McMorris, & Lin, 2004). Sehubungan itu, strategi jenaka boleh digunakan dalam menerapkan mesej serta nilai yang positif kepada remaja Generasi Z. Kajian yang dilakukan oleh Wellenzohn, Proyer, dan Ruch (2016) turut mendapati bahawa jenaka mempunyai kebaikan kerana jenaka dapat memberi kebahagiaan dan mengurangkan kemurungan serta mempunyai perkaitan dengan kesejahteraan hidup. Kajian yang dilakukan oleh Havranek et al. (2017) pula membuktikan betapa pentingnya jenaka atau ketawa dalam kehidupan manusia kerana individu yang mengalami masalah sukar untuk ketawa (gelotophobia) mempunyai kecenderungan mengalami masalah kecelaruan kebimbangan sosial (social anxiety disorder).

Sehubungan itu, pendekatan jenaka amat sesuai digunakan untuk rancangan radio. Bagaimanapun, jenaka pintar perlu dibudayakan dalam siaran radio. Jenaka pintar merujuk jenaka yang menghiburkan, membina, benar, bermanfaat, mengandungi unsur ilmu dan memberi kesan emosi tertentu kepada pendengar. Penyiar radio boleh menjadikan pendekatan jenaka yang digunakan oleh Rasulullah SAW sebagai contoh dan penanda aras kepada jenaka dalam siaran radio.

Pemilihan juruhebah turut memainkan peranan yang penting dalam pemilihan siaran radio. Terdapat juga informan yang memilih radio Era FM kerana juruhebahnya yang disifatkan lebih moden seperti komen:

DJ lebih moden... ikut trend terkini dan semasa (Tasya, 23 tahun).

Bagaimanapun, sebilangan remaja tidak menggemari radio Era FM kerana mereka berpendapat bahawa lagu yang diputarkan tidak berkualiti. Radio Era FM juga dikatakan turut menyiarkan lagu daripada luar negara yang membawa mesej yang tidak bermoral dan tidak beretika. Sebagai contohnya, pada tahun 2017, banyak radio yang dikecam oleh netizen kerana menyiarkan lagu Despacito yang mengandungi unsur lucah. Sehubungan itu, penyiar radio perlu membuat saringan secara lebih teliti sebelum menyiarkan sebarang lagu.

Era-banyak menyiarkan lagu-lagu terkini yang tidak berkualiti termasuklah lagu Barat yang mempunyai maksud yang tidak baik (Azmi, 22, Pelajar).



Walaupun lagu Era FM bersifat terkini, namun ia tetap menimbulkan kebosanan kepada beberapa informan kajian kerana terlalu kerap menyiarkan lagu yang sama.

.. selalu mainkan lagu yang sama (Alia, 21, Pelajar).

Iklan yang berlebihan mengganggu konsentrasi pendengar. Nisbah iklan yang lebih banyak berbanding lagu menjadi persoalan informan kajian.

Banyak iklan! (Alia, 21, Pelajar).

Kelemahan siaran radio ini adalah terlalu banyak sangat iklan berbanding dengan lagu untuk dimainkan (Nabilah, 21, Pelajar).

Terlalu banyak menyiarkan iklan perniagaan menyebabkan rasa bosan (Halimaton, 22, Pelajar).

Pengendalian rancangan Era FM turut mendapat kritikan informan. Antaranya: segmen rancangan yang tidak menarik, terlalu banyak perbualan, jenaka yang tidak lucu, kurang nilai ilmu, ketawa berlebihan dan kurang berinteraksi dengan pendengar.

Kerana radio ini mengadakan segmen yang tidak menarik minat saya terutamanya jenaka pagi dan terlampau banyak perbualan antara DJ berbanding memainkan muzik (Lyza, 21, Pelajar).

DJ juga selalu membincangkan jenaka yang tidak mencuit hati selain kurang membincangkan topik yang membina (Azmi, 22, Pelajar).

Penyampai radio suka gelak dengan sangat kuat sehingga terpaksa memperlahankan suara radio (Nani, 23, pelajar).

Menyampaikan perkara yang kurang bermanfaat seperti segmen Prof Achey (Wani, 21, Pelajar).

Interaksi yang dilakukan juga banyak interaksi sesama sendiri (Nabilah, 21, Pelajar).

#### *Faktor Pemilihan Radio Hot FM*

Siaran radio yang mendapat tempat kedua dalam senarai radio pilihan utama remaja Generasi Z dalam kajian ini adalah Hot FM. Hot FM juga boleh dikategorikan sebagai radio yang menarik dan menghiburkan. Sepertimana Era FM, daripada 110 remaja yang meminati Radio Hot FM, mereka meletakkan tarikan utama Hot FM terletak pada lagu yang diputarkan (20%) dan unsur jenaka yang ditawarkan (13%) (Jadual 5).

Jadual 5: Faktor Pemilihan Radio Hot FM dalam Kalangan Remaja yang Meminati Radio Hot FM

<b>Faktor</b>	<b>Kekerapan</b>	<b>Peratus (%)</b>
Jenaka	14	13
Lagu	22	20
Hiburan	16	15
Info	3	3
Ketenangan	1	1
Menarik	18	16
Pilihan Ramai	2	2
Minat	4	4
Lain-lain	30	27

Tarikan utama Hot FM terletak kepada lagu yang disifatkan oleh pendengar sebagai lagu yang menarik, lagu terkini dan lagu yang bersesuaian dengan citarasa remaja.

Lagu-lagu dia menarik (Amira, 21 tahun).

Memainkan lagu terkini... (Fadzila, 21 tahun).

Kerana memainkan lagu lagu terbaru dan lagu yang digemari oleh saya (Mai, 21 tahun).

Kerana mereka memainkan lagu-lagu terkini (Nurul Amira, 21 tahun).

Penggemar Hot FM juga tertarik dengan lawak jenaka yang disifatkan sebagai bahan hiburan.

Suka dengar lawak jenaka yang dibuat dapat menghiburkan hati (Amira, 21 tahun).

Hot FM turut menawarkan pelbagai segmen yang dapat menarik sebahagian informan seperti perkembangan dunia seni hiburan, permainan dan kelas Bahasa Inggeris.

...banyak segmen dan perkembangan dunia seni hiburan dapat didengari di radio Hot FM (Wani, 21 tahun).

...mempunyai slot-slot yang menarik (Nurul Amira, 21 tahun).

...mempunyai segmen yang pelbagai antaranya *game* dan *English class* (Fadzila, 21 tahun).

Peranan juruhebah juga penting dalam radio Hot FM. Penggemar radio ini menyukai konsep santai dan mesra yang dibawakan oleh juruhebah bertugas.

Selain itu pengacara radio yang sempoi (Mai, 21 tahun).

Hot FM juga menjadi antara radio yang paling tidak digemari oleh informan kajian. Sepertimana radio Era FM, Hot FM turut dikritik kerana mempunyai kadar iklan yang lebih banyak berbanding lagu yang diputarkan.

Terlalu banyak iklan (Sabrina, 23 tahun).

Walaupun Hot FM menyiarkan lagu terkini, namun ia tetap dikecam kerana kerap memainkan lagu yang sama. Hal ini menimbulkan kebosanan kepada remaja Generasi Z.

...memainkan lagu yang sama... (Sabrina, 23 tahun).

...dan selalu mainkan lagu yang sama. DJ-nya juga kurang menarik minat kerana selalu melakukan lawak yang bosan (Syahirah, 23 tahun).

...agak bosan/boring dengan lagu baru sekarang (Nura, 21 tahun).

Pengendalian rancangan turut menjadi isu bagi *haters* (pembenci) dalam kalangan informan kajian. Mereka berpendapat terlalu banyak perbualan yang kurang bermanfaat di dalam siaran radio Hot FM.

...terlalu banyak berbual kosong (Sabrina, 23 tahun, pelajar).

Hot FM - banyak berbual dan kurang maklumat yang bermanfaat dan menarik (Aisyah, 21 tahun).

...banyak bercakap (Nura, 21 tahun).

Segmen jenaka kendalian Hot FM turut mendapat kritikan daripada informan. Sebahagian mereka beranggapan, jenaka tersebut bersifat berlebihan hingga menimbulkan rasa tidak selesa dan marah. Antara slot yang menyebabkan informan tidak menggemari siaran Hot FM ialah slot Panggilan Hangit. Ia dianggap keterlaluan dan mengaibkan pihak yang mendapat panggilan tersebut. Dalam segmen ini, juruhebah radio akan menyamar sebagai individu daripada agensi tertentu seperti syarikat pengeluar produk dan sebagainya. Tujuan penyamaran tersebut adalah untuk mengenakan individu yang dihubungi. Talian individu berkenaan diberikan oleh pendengar lain. Segmen ini hanyalah satu bentuk gurauan namun sebahagian informan berpendapat ini tidak sesuai dan mencetuskan gangguan emosi kepada individu terbabit.

*Prank call* yang mengarut dan tidak menjaga sensitivity (Liyana, 24 tahun).

Panggilan Hangit kadang dibuat tanpa menjaga sensitiviti pihak tersebut (Farahim, 24 tahun).

Terdapat pelbagai pandangan berhubung isu ini. Menurut Dickson, Hargie dan Saunders (1994), adab dalam berkomunikasi perlu diambil perhatian khusus oleh penerbit dan juga juruhebah radio yang mengendalikan setiap segmen yang berlangsung di konti. Pihak siaran radio sewajarnya mengambil berat tentang sensitiviti para pendengar agar siaran radio yang ke udara benar-benar memberi manfaat kepada pendengar. Hal ini perlu diambil perhatian kerana siaran radio bukan bersifat peribadi. Sebaliknya, ia berbentuk siaran umum dan boleh didengari oleh sesiapa sahaja. Radio berpotensi mendidik masyarakat agar membudayakan adab serta kesopanan yang tinggi. Sehubungan itu, aspek berkenaan sewajarnya dititikberatkan dalam pengendalian sesebuah program radio.

### *Faktor Pemilihan Radio Hitz FM*

Tren yang sama turut didapati dalam siaran radio Hitz FM (Jadual 6). Daripada 45 remaja yang memilih Radio Hitz FM, kebanyakannya memilih radio Hitz FM kerana lagu dan jenaka. Bagaimana peratusannya jauh lebih rendah berbanding Era FM dan Hot FM.

Jadual 6: Faktor Pemilihan Radio Hitz FM dalam kalangan Remaja yang Meminati Radio Hitz FM

<b>Faktor</b>	<b>Kekerapan</b>	<b>Peratus (%)</b>
Lagu	19	42
Hiburan	7	16
Info	2	4
Ketenangan	3	7
Menarik	4	9
Minat	3	7
Lain-lain	7	16

Tarikan utama radio ini kepada informan kajian juga terletak pada medium bahasa yang digunakan dan lagu yang diputarkan.

Hitz V... kerana radio ini menggunakan English sebagai bahasa utama disamping banyak mainkan lagu yang baru dan menarik. Saya tidak begitu mahir berbahasa English dan dengan sering mendengar lagu lagu di Hitz FM saya dapat memantapkan lagi penggunaan English saya (Syahirah, 23 tahun). Hitz FM... saya menggemari siaran radio ini kerana lagu yang dimainkan dan interaksi yang dilakukan semua Bahasa Inggeris dan dari situ saya dapat belajar sedikit demi sedikit untuk berinteraksi dalam Bahasa Inggeris bersama rakan-rakan saya (Nabilah, 21).

### *Faktor Pemilihan Radio IKIM FM*

Hal ini berbeza dengan radio IKIM FM. Radio IKIM FM (Jadual 7) dipersepsikan oleh remaja sebagai radio yang Islamik dan bermaklumat. Sehubungan itu, daripada 40 remaja yang memilih Radio IKIM FM sebagai pilihan utama, majoritinya mendengar radio IKIM FM untuk mendapatkan informasi (23%), motivasi (23%) dan ketenangan (18%). Ini kerana lagu yang diputarkan dalam IKIM FM terdiri daripada lagu-lagu nasyid dan lagu yang berunsur spiritual. Selain itu, IKIM FM juga sering memutarakan bacaan al-Quran dan zikir-zikir yang mendamaikan jiwa. Setiap hari, slot ilmu dan motivasi boleh didengari melalui radio IKIM FM. Dalam kata lain, remaja Generasi Z memilih IKIM FM untuk memenuhi keperluan spiritual dan intelektual mereka.

Jadual 7: Faktor Pemilihan Radio IKIM FM dalam kalangan Peminat Radio IKIM FM

<b>Faktor</b>	<b>Kekerapan</b>	<b>Peratus (%)</b>
Info	9	23
Ketenangan	7	18
Motivasi	9	23
Menarik	1	3
Minat	1	3
Islamik	7	18
Lain-lain	6	15

Dapatan kajian ini selari dengan kajian yang dilakukan oleh Md Rozalafri et al. (2014) yang mendapati bahawa siaran Radio NEGERI FM di Negeri Sembilan berperanan sebagai medium pendidikan Islam bukan formal pada tahap sederhana tinggi. Kajian tersebut mendapati 76.7% responden bersetuju faktor tarikan yang mempengaruhi penerimaan pendengar ialah segmen agama yang menarik termasuklah dalam bentuk tazkirah, belajar mengaji dan tajwid al-Quran. 74.9% responden dalam kajian ini juga mahukan segmen agama diperbanyakkan lagi.

Pengisian yang sangat bagus dan menaikkan semangat dengan motivasi pagi yang disampaikan (Halimaton, 22).

Radio IKIM FM mempunyai input yang membina namun dalam masa yang sama perlu dipertingkatkan untuk menarik lebih ramai pendengar seperti isu juruhebah dan iklan. Juruhebah merupakan duta dan nadi utama radio. Kredibiliti juruhebah sangat penting untuk sebuah radio yang berteraskan agama. Hal ini kerana, kebanyakan pendengar radio IKIM FM terdiri dalam kalangan remaja yang cenderung kepada agama. Sehubungan itu, mereka mengharapkan agar juruhebah terdiri daripada personaliti yang berwibawa, berpengetahuan luas dan mempunyai kualiti penyampaian yang tinggi. Mereka berpendapat kualiti suara dan cara penyampaian suara perlu dipertingkatkan melalui latihan agar dapat menyaingi kualiti penyampaian suara juruhebah radio lain seperti Hot FM. Dalam pada itu, seorang informan berpendapat, kemasukan juruhebah terlatih daripada stesen TV tempatan telah berjaya memantapkan radio IKIM FM.

#### *Faktor Pemilihan Radio Sinar FM*

Sinar FM pula mempunyai peminat tersendiri. Informan kajian memilih Sinar FM sebagai radio utama mereka kerana lagu yang diputarkan, slot kisah cinta dan lawak jenaka yang diselitkan. Lagu lama di Sinar FM kebanyakannya terdiri daripada lagu malar segar.

Sinar banyak menyiarkan lagu-lagu lama yang sesuai dengan setiap lapisan umur selain banyak info yang dibincangkan (Alia, 22, pelajar).

Paling utama slot DJ Lin kerana memainkan lagu jiwang cinta kadang-kadang syahdu mendengar kisah panggilan telefon daripada pendengar menceritakan tentang putus cinta, cerita kekasih yang akan berkahwin dengan orang lain dan ucapan-ucapan kepada pasangan tersayang melalui radio seperti dahulu kala (Nura, 23).

Sebab suka dengar lawak dalam Sepahtu Sinar (Aimi, 21, Pelajar).

Bagaimanapun, terdapat juga informan yang tidak menyukai siaran Sinar FM. Punca utama mereka tidak menyukai radio Sinar FM ialah kerana lagu yang diputarkan adalah lagu lama dan tidak lagi diketahui oleh Generasi Z pada masa kini. Lagu ini pada pandangan mereka sudah tidak sesuai dengan era milenia. Justeru, Sinar FM lebih sesuai untuk generasi ibu bapa mereka iaitu Generasi X dan Generasi Baby Boomers yang membesar dan dewasa di era 80-an.

Sinar FM sering mainkan lagu-lagu dah lama dan saya tidak tahu lirik lagu tersebut (Nurin, 21, Pelajar).

Lagu-lagu yang lama dan tak kena dengan jiwa. Dan jarang bukan Sinar FM (Amira, 21, Pelajar).

Sinar FM... sebab dia mainkan lagu 80an yang kadang-kadang saya tak pernah dengar dan tak tahu tajuk lagu tersebut (Aini, 21, pelajar).

Pool, Koolstra dan Voort (2003) menyatakan bahawa penerimaan Generasi Z terhadap lagu malar segar adalah rendah kerana dianggap tidak bersesuaian dengan jiwa mereka. Pendengar Generasi Z kurang berminat untuk mengikut siaran radio yang memutar lagu lama yang tidak mereka ketahui. Mereka lebih cenderung untuk memilih siaran radio berkonsep moden serta bersesuaian dengan diri dan personaliti mereka.

#### *Faktor Pemilihan Radio Fly FM*

Fly FM hanya menerima maklum balas positif daripada informan. Informan memilih Fly FM bagi tujuan menambah ilmu, meningkatkan penguasaan Bahasa Inggeris, menghiburkan hati dan mendengar lagu. Kecenderungan informan kajian untuk menguasai Bahasa Inggeris menunjukkan wujudnya kesedaran terhadap kepentingan Bahasa Inggeris untuk meningkatkan kebolehpasaran diri setelah bergraduasi. Sehubungan itu, hal ini mendorong pelajar untuk mempelajari Bahasa Inggeris dengan mendengar radio menggunakan Bahasa Inggeris sebagai medium penyampaian. Fly FM juga berjaya mengendalikan siaran dengan baik. Hal ini dapat dilihat daripada pandangan informan terhadap juruhebah bertugas, lagu yang dimainkan, unsur jenaka yang sederhana dan pengisian yang dibuat. Pemilihan lagu yang terkini dan mengikut tren menjadi pilihan pendengar remaja Generasi Z. Ini bersesuaian dengan jiwa dan kehendak mereka. Penggunaan Bahasa Inggeris pula tidak menjadi halangan kepada Generasi Z mendengar radio. Malahan, ia menjadi nilai tambah bagi mereka meningkatkan penguasaan bahasa. Hal ini bersesuaian dengan kajian Best, Manktelow dan Taylor (2014) yang mendapati

pendengar lebih selesa sekiranya apa yang didengar itu difahami dengan jelas. Hal ini akan mempengaruhi minat dan pemilihan radio kegemaran mereka.

Fly FM- saya boleh menambah ilmu dalam Bahasa Inggeris malah Fly FM banyak beri maklumat baru dan bermanfaat (Aisyah, 21 tahun).

Fly FM... sebab bahasa yang digunakan mudah difahami dan dipelajari serta banyak mainkan lagu-lagu yang baru dan menarik (Alia, 21 tahun).

Fly FM... penyampai radio yang pandai mengambil hati pendengar dengan lawak mereka serta nasihat yang diberikan dengan cara yang menarik (Nani, 23 tahun).

Fly FM... memainkan lagu-lagu yang menarik (Nur Sabrina, 23 tahun).

Fly FM... kerana kebanyakan lagu yang dimainkan adalah lagu yang tidak membosankan dan rentak lagu yang menarik serta lirik lagu yang berbahasa Inggeris mampu menjadi platform untuk membantu penguasaan Bahasa Inggeris (Ida, 21 tahun).

Kerana ia dapat menarik minat saya sebagai seorang remaja yang menginginkan lagu terbaru dan terkini. Tidak lupa juga ia adalah sumber bagi saya untuk lebih bertutur Bahasa Inggeris kerana lagu-lagu yang dimainkan adalah berbahasa Inggeris (Farrah, 21 tahun).

Sebab bagi saya dari situ kita boleh belajar fokus mendengar pertuturan dlm Bahasa Inggeris dengan lebih baik. Dalam masa yang sama kita boleh *improve* penggunaan English kita (Nur Syahirah, 22 tahun).

#### *Faktor Pemilihan Radio THR dan Lite FM*

Radio THR FM dan Lite FM juga menjadi pilihan informan kajian. Mereka menyukai lagu yang diputarkan dan permainan yang dikendalikan.

THR Gegar... Kerana lagu-lagunya yang sangat menyentuh jiwa dan kena dengan jiwa remaja saya (Nadhirah, 21 tahun).

THR Raaga... Siaran tersebut sentiasa menghiburkan dan DJ siaran tersebut tidak membosankan. Lagu-lagu yang dimainkan dalam siaran tersebut adalah lagu-lagu yang digemari oleh remaja. Adakalanya, siaran tersebut juga menyediakan pelbagai 'games' yang menarik (Yoga, 21 tahun).

Lite FM... kerana saya suka dengar lagu yang menenangkan ketika sedang membawa kereta dan mengelakkan diri daripada perasaan stres ketika kesesakan jalan raya (Lyza, 21 tahun).

Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa lagu dan muzik boleh membantu mengatasi masalah emosi remaja. Dapatan ini selari dengan dapatan kajian Mora & Perez (2017) yang mendapati muzik boleh berperanan sebagai terapi bagi menghilangkan stres dan kebimbangan (*anxiety*) dalam kalangan remaja. Selain itu, kajian Bogt et al. (2017) pula mendapati aktiviti mendengar muzik boleh mengurangkan perasaan kemurungan dan keseorangan.

Sehubungan itu, penciptaan lagu dan muzik baru perlu dipergiatkan terutamanya dalam kalangan remaja Generasi Z agar remaja mempunyai lebih banyak alternatif dalam mendengar muzik. Bagaimanapun, lagu tersebut mestilah bersifat segar, menghiburkan, berupaya meningkatkan motivasi, dapat meredakan tekanan dan mempunyai nilai ilmu serta memberikan mesej yang positif kepada remaja.

#### *Faktor Penolakan Radio Klasik FM dan Suria FM*

Secara keseluruhannya, konsep siaran radio yang menyediakan lagu lama dan klasik tidak mampu menimbulkan minat kepada remaja Generasi Z. Selain memutar lagu yang tidak lagi diketahui liriknya oleh remaja, pengendalian yang terlalu mengikut protokol dan juga terlalu serius membuatkan remaja tidak mahu mengikuti siaran radio tersebut.

Remaja Generasi Z dalam kajian ini didapati tidak menggemari radio Klasik FM. Hal ini disebabkan oleh faktor pemilihan lagu yang tidak bersesuaian dengan citarasa mereka dan cara pengendalian rancangan yang terikat kepada protokol.

Klasik Nasional... sebab tak tahu lirik lagu tu. Jadi tak boleh nyanyi sekali (Aimi, 21 tahun).

Klasik Nasional kerana radio ini memainkan lagu yang tidak kena dengan jiwa saya (Fadzila, 21 tahun).

Klasik FM... membuatkan pendengar mengantuk (Iffah, 24 tahun).

Klasik FM... kerana tidak memainkan lagu yang menarik dan kebanyakannya lagu sudah lama. Penyampaiannya juga agak bosan (Nurul Amira, 21 tahun).

Lagu-lagu lama... (Atikah, 21 tahun).

Klasik FM, Radio klasik kebanyakannya memainkan lagu-lagu lama dan DJ bagi radio tersebut juga kurang menarik perhatian pendengar (Amna, 23 tahun).

Walaupun DJ Lin dinobatkan sebagai penyampai paling popular dalam Anugerah Bintang Popular Berita Harian (ABPBH) ke 29 (MalayMailOnline, 2016), Suria FM mengalami situasi yang sama dengan radio Klasik FM. Ia tidak diminati oleh informan kajian kerana banyak menyiarkan lagu lama. Selain itu, Suria FM juga persepsikan oleh informan dalam kajian ini sebagai radio patah hati.

Kurang gemari segmen DJ Lin "Suria Cinta" kerana pendengar terlalu menceritakan kisah percintaan sama ada baru putus cinta ataupun sedang bercinta secara *detail* (Haliza, 21 tahun).

Memainkan lagu lagu yang lama dan jarang memainkan lagu baru. Membuatkan radio ini bosan untuk didengar. Tetapi sesiapa yang patah hati sesuai untuk Suria FM (Mai, 21 tahun).

Penolakan informan kajian terhadap radio Klasik FM dan Suria FM bukanlah disebabkan saluran radio tersebut tidak berkualiti. Ini terbukti dengan penerimaan masyarakat terhadap saluran radio tersebut. Hal ini sekadar menunjukkan saluran radio tersebut tidak sesuai dengan



remaja Generasi Z masa kini yang lebih menggemari lagu dan muzik terkini serta penyampaian yang dinamik dan santai.

#### KESIMPULAN

Berasaskan kajian yang dijalankan, siaran radio masih lagi relevan kepada remaja Generasi Z kerana hampir semua responden dan informan yang dikaji sering mendengar siaran radio. Sehubungan itu, stesen radio sewajarnya mengambil peluang ini untuk menjadi wahana pembangunan dan penyerlahan potensi belia masa kini melalui siaran radio.

Kajian mendapati terdapat empat buah saluran radio yang menjadi pilihan utama remaja Generasi Z iaitu Era FM, Hot FM, Hitz FM dan IKIM FM. Hot FM dan Era FM mengungguli carta pilihan remaja Generasi Z. Ini menunjukkan pendekatan yang digunakan oleh kedua-dua stesen radio ini berjaya menarik perhatian remaja Generasi Z. Selain itu, kajian ini turut mendapati IKIM FM sebagai sebuah stesen radio Islamik juga mendapat tempat di hati remaja generasi Z. Ini menunjukkan bahawa stesen radio yang membawa mesej dakwah Islam turut relevan dalam kalangan remaja Generasi Z yang mahukan kelainan.

Terdapat pelbagai faktor dan keperluan bagi remaja Generasi Z untuk terus mendengar radio selain mendengar lagu dan mendapatkan hiburan. Hasil penerokaan kajian kualitatif mendapati terdapat sembilan faktor utama yang menyumbang kepada pemilihan sesebuah saluran radio iaitu:

1. Pemilihan lagu yang terkini, segar, pelbagai, menarik dan menghiburkan
2. Mengandungi lawak jenaka yang bijak dan sesuai dengan situasi
3. Mengandungi informasi dan ilmu yang bermanfaat
4. Mengandungi elemen pendidikan dan pembangunan diri
5. Dapat membantu remaja meredakan stres
6. Kualiti penyampai radio yang mempunyai suara yang mantap, segar, bertenaga dan ceria
7. Berupaya meningkatkan penguasaan bahasa terutamanya Bahasa Inggeris secara langsung atau tidak langsung
8. Mempunyai unsur pertandingan seperti 'games'
9. Mempunyai ruang untuk remaja melibatkan diri atau berinteraksi dengan penyampai atau program radio secara langsung
10. Pengendalian rancangan yang santai

Sebaliknya, majoriti remaja yang dikaji tidak menyukai lagu lama dan lagu yang tidak bermoral, penyampaian radio yang terlalu serius atau kurang sopan, rancangan yang menghibakan dan iklan yang terlalu panjang, terlalu kerap atau membosankan.

Sehubungan itu, usaha perlu dipergiatkan untuk meningkatkan daya tarikan siaran radio terhadap remaja Generasi Z di samping menambahkan unsur ilmu yang bermanfaat dalam radio secara santai dan inovatif. Selain itu, sebuah siaran radio yang berorientasikan ilmu dan dikendalikan secara profesional perlu diwujudkan untuk memenuhi keperluan intelektual remaja masa kini. Hal ini penting agar dapat melonjakkan lagi keberkesanan radio sebagai media arus perdana yang menjadi wadah pemerksaan remaja Generasi Z.

Dalam pada itu, kajian yang lebih mendalam dan menyeluruh perlu dilaksanakan bagi meningkatkan kualiti dan impak radio terhadap kesejahteraan masyarakat terutamanya remaja Generasi Z.

#### PENGHARGAAN

Artikel ini merupakan sebahagian daripada kajian FRGS bertajuk Pembangunan Modul Kemahiran Keibubapaan untuk Mendidik dan Membangunkan Potensi Modal Insan Generasi Z (MKK-Z) (Kod Projek: FRGS/1/2014/ss109/UKM/02/6) yang dibiayai oleh Kementerian Pengajian Tinggi, Malaysia. Penghargaan juga diberikan kepada semua penyelidik yang turut terlibat di dalam kajian ini iaitu Dr Norulhuda Sarnon, Dr Noordeyana Tambi, Dr Nor Jana Saim, Dr Aizan Sofea Amin, Dr Arena Che Kasim dan Dr Salina Nen.

#### BIODATA

*Jamiah Manap* ialah pensyarah di Pusat Psikologi dan Pembangunan Manusia, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM). Penyelidikan beliau tertumpu kepada aspek psikologi pendidikan, keibubapaan, pembangunan keluarga, belia, keagamaan dan integriti. Emel: jamiah@ukm.edu.my

*Salasiah Hanin Hamjah* adalah Timbalan Dekan di Jabatan Dakwah & Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia. Emel: salhanin@ukm.edu.my

*Fazilah Idris* merupakan Prof. Madya di Pusat Citra Universiti, Universiti Kebangsaan Malaysia. Kepakaran beliau tertumpu kepada aspek personaliti beragama, belia, hubungan etnik dan pengajaran. Emel: fazilah@ukm.edu.my

*Nurul Nabila Mohd Izani* merupakan pelajar sarjana falsafah Kerja Sosial di Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia. Beliau terlibat secara langsung sebagai pembantu penyelidik siswazah (GRA) bagi kajian keibubapaan untuk Generasi Z. Emel: nabiela1991@gmail.com

*Mohammad Rezal Hamzah* adalah Timbalan Dekan (Akademik & Penyelidikan) di Pusat Pembangunan Insan & Teknokomunikasi, Universiti Malaysia Perlis. Bidang kepakaran beliau ialah komunikasi media baharu dan komunikasi kesihatan. Emel: rezal@unimap.edu.my

RUJUKAN

- Ahmad Sauffiyan. (2017). Kempen politik Trump: Strategi, Taktik dan model perangsaraf media. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(1), 294-312.
- Ali Salman, Normah Mustaffa, Mohd Azul Mohd Salleh, & Mohd Nor Shahizan Ali. (2016). Social media and agenda setting: Implications on political agenda. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(1), 401-414.
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27-36.
- Bogt, T. F. M., Vieno, A., Doornwaard, S. M., Pastore, M., & Eijnden R. J. J. M. (2017). you're not alone: Music as a source of consolation among adolescents and young adults. *Psychology of Music*, 45(2), 155-171.
- Dickson, D., Hargie, O., & Saunders, C. (1994). *Social skills in interpersonal communication*. UK: Routledge.
- Fadzilah Yusof, Faridah Ibrahim, & Wan Amizah WM, (2012). Agricultural radio talks and drama: Malaysia early development experience. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 28(1), 77-88.
- Havranek, M. M., Volkart, F., Bolliger, B., Roos, S., Buschner, M., Mansour, R., ... Ruch, W. (2017). The fear of being laughed at as additional diagnostic criterion in social anxiety disorder and avoidant personality disorder?. *PLoS ONE*, 12(11), e0188024.
- Hilmes, M., & Loviglio, J. (2002). *Radio reader: Essays in the cultural history of radio*. London: Routledge.
- Holma, H., & Toskala, A. (2005). *WCDMA for UMTS: Radio access for third generation mobile communications*. NJ: John Wiley & sons.
- Jamiah Manap, Mohammad Rezal Hamzah, Aizan Sofia Amin, Fazilah Idris, Arena Che Kasim, Salasiah Hanin Hamjah, Noordeyana Tambi, Norulhuda Saron, Salina Nen, Nor Jana Saim, & Nurul Nabila Mohd Izani. (2016). *Profil generasi Z* (Unpublish Article).
- Jamiah Manap, Mohammad Rezal Hamzah, Nor Jana Saim, & Nurul Nabila Mohd Izani. (2015). The definition of Z generation: A systematic review. *Prosiding Simposium Kebudayaan Indonesia-Malaysia*, 32(1), 607-623.
- La Ferle, C., Edwards, S. M., & Lee, W. N. (2000). Teens' use of traditional media and the Internet. *Journal of Advertising Research*, 40(3), 55-65.
- Lee Kuok Tiung, Aisah Meri, Liana Mat Nayan, & Siti Suriani Othman (2016). Kegunaan dan kepuasan portal berita dalam kalangan belia Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(2), 790-816.
- Leung, L. (2003). Impacts of net-generation attributes, seductive properties of the Internet, and gratifications-obtained on Internet use. *Telematics and Informatics*, 20(2), 107-129.
- Mahat Jamal. (2014). Penjenamaan RTM, Kajian Radio RTM Sabah. *Jurnal Komunikasi Borneo*, (1), 21-34.
- Marin, G., & Gamba, R. J. (1996). A new measurement of acculturation for hispanics: The Bidimensional Acculturation Scale for hispanics (BAS). *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 18(3), 297-316.

- McClung, S., Pompper, D., & Kinnally, W. (2007). The functions of radio for teens: Where radio fits among youth media choices. *Atlantic Journal of Communication*, 15(2), 103–119.
- Md Rozalafri Johori, Mohd Daly Daud, Rahmahtunnisah Sailin, Nursyamimi Harun, & Nurul Jamilah Ismail Rani (2014). Radio Negeri.FM: Pemanfaatan radio sebagai medium pendidikan Islam tidak formal. *Jurnal Penyelidikan dan Inovasi*, (1), 13-28.
- Mohd Hafeez (2011). Gejala sosial remaja pada masa kini: Suatu kajian di sekitar Johor Bahru (Laporan latihan ilmiah, ijazah sarjana muda sains serta pendidikan, Pengajian Islam, Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia).
- Mora, R., & Perez, M. (2017). Music therapy as a stress reducing agent and anxiety in adolescents: Development of a musicoterapeutical process within the educational center. *Artseduca*, (18), 212-232.
- Murtadza Za'ba. (1967, May 24). *F.A.O National Broadcasting Seminar*.
- Norshafawati Saari, Asiah Sarji, & Fauziah Kartini Hassan. (2007). Muzik dan pembangunan sosial: Paparan dasar industri hiburan dalam akhbar-akhbar di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 26(2), 47-65.
- Pate, U. A., & Dauda, S. (2013). Media and socio economic development in Northern Nigeria. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 29(1), 1-19.
- Pease, E. C., Dennis, E. E., & Dennis, E. (2018). *Radio - The forgotten medium*. Somerset: Routledge.
- Pool, M. M., Koolstra, C. M., & Voort, T. H. (2003). The impact of background radio and television on high school students' homework performance. *Journal of Communication*, 53(1), 74-87.
- Smith, L. J., Aycocock, C., Hook, K., Chen, P., & Rueger, S. Y. (2017). Parental monitoring moderates the relation between radio exposure and adolescent alcohol and tobacco use: Preliminary findings from a national survey. *Journal of Child & Adolescent Substance Abuse*, 26(4), 314-323.
- Tiung, L. K., Meri, A., Matnayan, L., & Othman, S. S. (2016). Kegunaan dan kepuasan portal berita dalam kalangan belia Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(2), 790-816.
- Yusof, F., & Ibrahim, F. (2012). Agricultural radio talks and drama: Malaysia early development experience. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 28(1), 77-88.
- Torok, S. E., McMorris, R. F., & Lin, W. (2004). Is humour an appreciated teaching tool? Perceptions of professors' teaching styles and use of humor. *Journal of College Teaching*, 52(1), 14-20.
- Wan Idros Wan Sulaiman, & Ooi Li Woei. (2017). Pengkomunikasian pengurusan maklumat dengan budaya kerja di stesen radio Malaysia Kedah FM. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(1), 313-339.
- Wellenzohn, S., Proyer, R. T., & Ruch, W. (2016). Humor-based online positive psychology interventions: A randomized placebo-controlled long-term trial. *Journal of Positive Psychology*, 11(6), 584-594.
- Ziv, A. (2014). Teaching and learning with humor, experiment and replication. *The Journal of Experimental Education*, 57(10), 4-15.