

Media, Isu dan Tingkah Laku Pengundi dalam Pilihan Raya Umum ke-14: Satu Kajian Awal

NURUL NAEMAH HAMEDAN
SYED AGIL SHEKH ALSAGOFF
AKMAR HAYATI AHMAD GHAZALI
Universiti Putra Malaysia

ABSTRAK

Masyarakat global kini sudah sinonim dengan penggunaan media sosial sebagai sumber perolehan maklumat politik berbanding penggunaan media konvensional. Liputan berita serta kandungan isu yang dibincangkan menerusi media sosial sedikit sebanyak memberi implikasi kepada corak pemikiran masyarakat. Justeru, penyelidik ingin mengenal pasti hubungan di antara media, isu dan tingkah laku dalam kalangan pengundi bagi edisi PRU ke-14. Kajian ini telah dijalankan melalui pendekatan secara kuantitatif dengan memilih borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Seramai 200 orang responden yang terdiri daripada lelaki (44.0%) dan perempuan (56.0%) telah dipilih secara rawak di sekitar kawasan Lembah Klang. Seramai 72 orang responden (36.0%) adalah terdiri daripada pengundi kali pertama yang mengundi pada pilihan raya kali ini. Antara hasil kajian ini adalah responden sangat bersetuju bahawa media sosial adalah medium utama untuk mengakses maklumat sepanjang pilihan raya berlangsung (min = 4.50). Selain itu, responden juga sangat bersetuju bahawa isu peningkatan harga barang dan petrol membebankan rakyat Malaysia (min = 4.75). Keputusan kajian ini juga menunjukkan bahawa responden bersetuju bahawa mereka membaca akhbar atas talian untuk mengetahui isu-isu berbangkit (min = 4.50). Senario ini sedikit sebanyak membuktikan bahawa masyarakat Malaysia begitu cakna terhadap paparan berita yang tersedia melalui media sosial berkenaan perkara-perkara yang melibatkan politik tanah air. Justeru, pihak kerajaan perlu melaksanakan pemantauan terhadap kredibiliti sumber-sumber berita agar maklumat yang dikongsikan tidak menjejaskan kredibiliti mana-mana pihak demi memastikan informasi yang tersebar adalah bebas daripada unsur hasutan yang boleh mengancam keharmonian dalam kalangan rakyat Malaysia.

Kata kunci: *Maklumat, politik, media, isu, tingkah laku.*

Media, Issues and Voters' Behaviour in The 14th General Election: A Preliminary Study

ABSTRACT

The society is now related to the usage of social media as a source of political information acquisition over conventional media usage. The news and the content issues that have been discussed through social media have a little implication in the mindset of the community. Thus, researchers want to identify the relationship between the media, issues and behavior among the voters of the 14th edition of the GE. This study was conducted through a quantitative approach by selecting a questionnaire as a research instrument. A total of 200 respondents comprising men (44.0%) and women (56.0%) were randomly selected around the Klang Valley area. A total of 72 respondents (36.0%) were the first voters to vote in this election. Among the findings of this study were respondents strongly agree that social media become the primary medium for accessing information during the general election (min = 4.50). In addition, the respondents also strongly

agree that the issue of increasing the price of goods and petrol burdens Malaysians (mean = 4.75). The results of this study also showed that the respondents agreed that they read the online newspaper to know about the current issues (min = 4.50). This scenario has proved to the fact that Malaysian society is so familiar with the news coverage available through social media on matters involving homeland politics. Therefore, the government should monitor the credibility of the news sources in order to ensure the dissemination of information is free from seditious elements that can threaten harmony among Malaysians.

Keywords: *Information, politics, media, issues, behaviour.*

PENGENALAN

Dalam konteks penyebaran maklumat, media tradisional seperti saluran media elektronik seperti televisyen dan radio mahupun melalui media cetak seperti akbar dan majalah telah menjadi wadah penting dalam sistem perhubungan maklumat antara masyarakat (Rashid, 2011). Namun, dengan kewujudan arus teknologi maklumat dan komunikasi pada tahun 1960-an, jaringan internet melalui kemunculan media-media baharu telah menggugat media arus perdana pada hari ini.

Menurut Sassi (2010), kemunculan teknologi baharu dikatakan telah mencipta ruang, yang mana individu bebas untuk menyuarakan pandangan mereka. Hal ini demikian kerana ruang laman media sosial tidak diselia oleh mana-mana kuasa parti politik di negara ini. Media alternatif adalah saluran media bersifat interaktif dan tidak menghadapi sebarang halangan ke atas tansmisi yang merentasi jarak dan waktu di seantero dunia.

Junaidi (2016) pula beranggapan bahawa pola penggunaan Internet dan peningkatan penggunaan media alternatif secara besar-besaran di Malaysia telah memberi petanda bahawa media digital kini amat diperlukan pada masa ini dan telah menjadi aktiviti sosial harian baharu bukan sahaja dalam kalangan golongan remaja malah turut merangkumi pelbagai generasi tanpa mengira lapisan usia masyarakat. Buktinya, pada Pilihan Raya Umum 2008, penggunaan internet dilihat begitu ketara dalam kalangan pengundi kerana wujud pelbagai isu yang tular dan tersedia di media sosial amnya.

Zawiyah dan Mukred (2015) pula berpendapat bahawa generasi muda yang sememangnya sudah sinonim dengan penggunaan internet lantas mempercayai sebarang maklumat yang terkandung di dalamnya. Dengan kemudahan capaian internet yang stabil di Malaysia telah mewujudkan lebih banyak ruang untuk pengundi mendapatkan informasi yang tidak berpihak mana-mana badan pemerintah.

Meskipun penggunaan media baharu dalam pilihan raya ini masih dianggap baharu setelah diperkenalkan pada tahun 2008 namun media baharu yang terdiri daripada blog telah menjadi landasan utama dalam kalangan pengundi untuk mendapatkan maklumat mengenai pilihan raya. Dalam pada itu, politik baharu yang lebih tertumpu kepada isu rasuah, penyelewengan serta penyalahgunaan kuasa telah menjadi isu perbincangan utama di dalam media sosial.

Hasil kajian oleh Mokhtar (2011) mendapati bahawa rakyat bukan lagi pasif seperti dahulu sebaliknya aktif mencari maklumat serta mudah terpengaruh dengan isu-isu politik lama khususnya isu agama dan perkauman. Perkara yang sama turut dipersetujui oleh Rahim (2015) bahawa perubahan tingkah laku pengundi kini memberi andaian bahawa saluran platform digital berperanan sebagai agen utama dalam menyampaikan agenda politik baharu yang menimbulkan implikasi yang cukup signifikan terhadap corak pengundian di negara ini.

Menurut Hazim (2016), pengaruh media sosial terhadap seseorang individu adalah berbeza. Hal ini ekoran daripada wujudnya perbezaan dari segi pengetahuan, perilaku serta hubungan sosial dalam kalangan rakyat di Malaysia (Janafi et al., 2014). Impak daripada perubahan norma sosial ini telah membawa kepada perubahan sosial dalam konteks masyarakat dunia hari ini. Hal ini dapat merumuskan bahawa penyertaan masyarakat khususnya golongan muda yang berpotensi untuk mengundi dalam pilihan raya memberikan implikasi yang cukup besar dalam perjalanan politik tanah air.

Secara kesimpulannya, kajian ini dilaksanakan untuk mencari kefahaman yang lebih terperinci mengenai peranan media sosial khususnya dalam konteks PRU ke-14. Hal ini demikian kerana media adalah sebuah medium perantara yang berperanan dalam menyampaikan informasi terkini kepada seluruh masyarakat tanpa mengira apa jua fahaman politik, taraf ekonomi, status sosial dan lain-lain lagi. Peranan media dimanfaatkan dengan sebaiknya untuk memberikan maklumat mengenai kemajuan pembangunan, perkembangan dalam bidang politik, ekonomi mahupun sosial. Justeru, pengkaji ingin mengenal pasti sejauh mana peranan media dan isu-isu yang berbangkit di platform media-media sosial mampu mempengaruhi partisipasi politik pengundi dalam edisi pilihan raya yang lepas.

SOROTAN LITERATUR

Media dan Pilihan Raya

Kempen Presiden Barack Obama pada tahun 2008 telah berjaya membuktikan media sosial menjadi bahagian penting dalam sejarah kempen Pilihan Raya Presiden Amerika Syarikat (Tumasjan, Sprenger, Sander & Welp, 2012). Pelbagai platform seperti *Facebook*, *YouTube* dan *Twitter* khusus digunakan untuk menyampaikan pendapat dan pandangan Obama mengenai isu penting kepada seluruh rakyat Amerika Syarikat. Beberapa penganalisis politik di Amerika Syarikat juga menyifatkan kemenangan Obama adalah sebagai satu tindakan yang bijak dalam memperoleh sokongan pengundi.

Menurut Bahsky, Rosenn, Marlow dan Adamic (2012), media merupakan pengaruh yang amat besar terhadap penyertaan pengundi dalam sesebuah pilihan raya. Kajiannya mendapati bahawa *Facebook* menjadi rangkaian digital yang mempunyai sentimen politik yang tinggi dalam penggunaannya. Hal ini kerana berlakunya penyebaran mesej melalui status, ruangan komen, audio dan visual menerusi *Facebook*. Tambahnya lagi, *Facebook* berperanan dengan sangat baik dan bijak apabila bertindak sebagai salah satu platform perdebatan umum. Implikasi daripada kewujudan platform ini sudah pasti sedikit banyak mendorong penglibatanseseorang individu untuk menyertai aktiviti demokrasi politik secara atas talian.

Selain itu, Junaidi (2010) dalam kajiannya mendapati pengaruh media baharu seperti *Facebook* dan *Twitter* mempunyai pengaruh yang besar dalam mempengaruhi tingkah laku politik dalam kalangan mahasiswa. Hal ini demikian kerana pengguna media baharu dapat menerima informarsi daripada kedua-dua pihak kerajaan dan pembangkang dan seterusnya membuat penilaian yang sewajarnya yang di samping berpeluang mengutarakan pandangan terutamanya melalui platform digital seperti *Facebook*, *Twitter* dan *YouTube*. Menurutnyalagi, kajiannya mendapati bahawa lebih 80.0% daripada semua mahasiswa yang terlibat mempunyai profil media sosial dengan menggunakan laman media sosial sekurang-kurangnya sekali sehari.

Ismawati et al. (2014) dalam kajian mengenai tsunami politik bandar pada Pilihan Raya Umum 2013 di Malaysia telah mendapati bahawa ‘tsunami politik bandar’ wujud atas dasar faktor kemudahan untuk mengakses informasi berkaitan politik tanah air daripada platform *Facebook*, *Twitter*, dan blog. Media sosial, terutamanya *Facebook* merupakan saluran penting untuk pembangkang mengenai kawalan parti masyarakat. Saufiyyan (2017) dalam kajiannya juga mendapati bahawa Presiden Donald Trump dilihat lebih banyak menyebarkan propaganda politiknya menjelang kempen Pilihan Presiden Amerika Syarikat melalui saluran media sosial miliknya seperti *Twitter* dan *Facebook* berbanding *YouTube* pada tahun 2016.

Isu-isu Pilihan Raya

Berdasarkan kajian oleh Fuad dan Zain (2012), isu-isu yang sering diperdebatkan dalam kempen Pilihan Raya Kecil serta menjadi topik perbualan oleh kebanyakan pengundi di Selangor ialah kes perletakan jawatan oleh ADUN Kajang, politik dalaman pentadbiran Kerajaan Negeri Selangor, ketiadaan air, masalah sosial, pembangunan di bandar dan alam sekitar. Lebih menarik perhatian, isu-isu berkenaan telah dikaitkan dengan kemerosotan bilangan undi terhadap PKR yang berpihak kepada BN di Selangor.

Amer Saifude et al. (2012) pula berpandangan bahawa kenaikan harga barang telah menjadi salah satu isu utama yang diketengahkan. Buktinya, telah berlaku kenaikan harga-harga barang keperluan harian rakyat. Selain itu, kenaikan harga petrol jenis RON95 menambahkan lagi ketidakpuasan hati rakyat. Menurut Ghazali (2013), rungutan mengenai desakan hidup rakyat akibat inflasi tidak dipaparkan di media arus perdana. Sebaliknya, menerusi paparan di televisyen amnya, keadaan ekonomi semasa tampak baik, tidak mendesak dan kelihatan ekonomi Malaysia berada dalam keadaan baik. Isu-isu yang dipaparkan seolah-olah cuba mengalihkan pandangan rakyat tentang realiti yang dihadapi oleh rakyat biasa. Justeru, isu-isu yang disampaikan melalui media alternatif telah merevolusikan proses perkongsian demokrasi maklumat.

Manakala, kajian oleh Junaidi (2016) mendapati bahawa pembangunan infrastruktur yang masih tertumpu di kawasan bandar turut menjadi isu berbangkit pada PRU ke-13. Tambahnya lagi, perbezaan jurang antara bandar dengan pinggir bandar yang masih luas dari segenap segi telah mewujudkan kekesalan rakyat yang merasakan jurang antara bandar dengan pinggir bandar perlu dikurangkan. Wujud pelbagai komen berbentuk kekesalan dengan jurang yang semakin melebar terhadap kerajaan di dalam media-media sosial seperti *Facebook* dan *Twitter*.

Pengaruh isu terhadap tingkah laku pengundi juga berlaku dalam pilihan raya di negara-negara luar. Misalnya, antara pengaruh penonjolan isu yang digunakan oleh Donald Trump semasa kempen Pilihan Raya Presiden Amerika Syarikat 2016 adalah mengenai Calon Demokrat, Hilary Clinton yang menyetujui untuk menjual senjata peperangan kepada penjahad-penjahad Islam dan juga kepada Negara Islam Iraq dan Syria (ISIS). Menurut Turner et al. (2018), hal ini tercetus ekoran daripada penggodaman emel peribadi milik Clinton yang dibocorkan oleh *Wikileaks* atas desakan oleh Trump sendiri. Salah satu email menunjukkan Clinton memeterai perjanjian bersama Arab Saudi dan Qatar dengan memberikan bantuan berbentuk kewangan dan logistik kepada kelompok pengganas tersebut. Impak daripada penulisan berita tersebut telah menimbulkan sentimen keagamaan, perkauman dan juga kebencian dalam kalangan rakyat Amerika Syarikat terhadap Clinton. Implikasinya, Clinton tewas di tangan Trump dalam edisi pilihan raya tersebut.

Tingkah Laku Pengundi Pilihan Raya

Hamid et. al (1995) telah melaksanakan analisa awal untuk melihat corak pengundian di Malaysia yang dilaksanakan menerusi kaedah tinjauan sampel di seluruh Semenanjung Malaysia. Sebanyak 2384 orang responden terlibat menerusi kajian ini yang terdiri daripada warganegara Malaysia yang berusia 21 tahun. Hasil ujian mencatatkan bahawa sebilangan besar responden menunjukkan minat dalam politik tanah air dan menganggap mengundi itu adalah salah satu tanggungjawab yang perlu ditunaikan oleh rakyat sebagai tanda cintakan negara. Kesimpulannya, tingkah laku pengundi ketika tibanya pilihan raya dipengaruhi oleh sumber media yang diperolehi.

Ternyata dengan kewujudan media siber telah merancakkan lagi perdebatan umum dalam kalangan rakyat Malaysia (Zulkifli, 2002). Kajiannya mendapati bahawa blog menjadi pemangkin kepada peningkatan penggunaan Internet dan kebebasan bersuara dalam kalangan *blogger*. Hal ini demikian kerana, wujud pelbagai lontaran pendapat dalam kalangan *blogger* mengenai politik semasa dalam negara kepada ketika itu. Rakyat kini aktif dalam menggunakan media sosial kerana faktor penggunaannya yang mudah diakses di mana-mana sahaja. Kebebasan bersuara yang diberikan itu dapat membantu meningkatkan proses pendemokrasian di Malaysia di mana pengisian blog mula dipenuhi dengan komentar oleh para *blogger*.

Penemuan kajian berdasarkan survei oleh Junaidi (2010) menunjukkan bahawa bilangan undian di Malaysia dipengaruhi oleh penilaian yang dilakukan oleh pengundi keadaan semasa negara seperti kestabilan ekonomi, kepimpinan tertinggi parti dan isu-isu yang dekat di hati mereka. Hal ini kerana pengundi kini aktif dalam mencari maklumat berkaitan isu-isu semasa khususnya yang berlaku di dalam negara.

Asmah (2013) pula beranggapan bahawa rakyat acap kali menggunakan media sosial untuk menyampaikan pandangan melalui perbincangan yang mengupas mengenai isu-isu semasa melalui aplikasi seperti *Facebook*, *Twitter* dan blog. Kajian-kajian lepas mendapati bahawa masyarakat telah mula beralih daripada penggunaan media-media tradisional seperti akhbar, televisyen dan radio kepada penggunaan media baru menerusi aplikasi *WhatsApp*. Hal ini demikian kerana faktor medium yang ringkas untuk berkomunikasi secara atas talian dan penyebaran maklumat yang lebih pantas tanpa sebarang batasan berbanding penggunaan media massa yang lain.

Junaidi et al. (2013) dalam penyelidikan PRK dari tahun 2013 hingga 2014 mendapati bahawa sokongan pengundi adalah berubah-ubah. Fenomena berkenaan dipengaruhi oleh sumber maklumat politik yang diterima, bentuk kempen oleh parti-parti politik dan latar belakang calon. Justeru, suasana politik dan keberlangsungan PRU di Malaysia adalah didapati menarik untuk diteliti terutamanya dari segi kepelbagaian pola pengundian berdasarkan faktor-faktor tertentu.

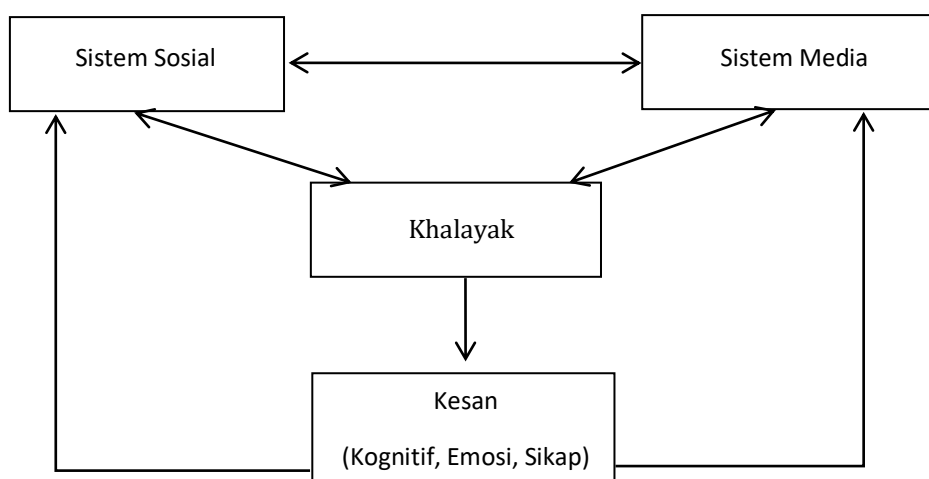
TEORI KEBERGANTUNGAN MEDIA

Berdasarkan kajian-kajian lepas, kajian seumpama ini telah berpandukan kepada Teori Kependudukan Media yang telah diperkenalkan oleh penyelidik komunikasi Amerika Syarikat iaitu Sandra Ball Rokeach dan Melvin De Fleur pada tahun 1976. Umumnya, teori ini mengkaji impak penggunaan media terhadap khalayak melalui interaksi di antara sistem sosial, media dan khalayak. Teori ini mengandaikan bahawa wujud hubungan kebergantungan di antara khalayak dengan media bagi tujuan tertentu seperti mendapatkan maklumat. Individu mempunyai matlamat yang tersendiri apabila

menggunakan media. Dalam erti kata lain, kebergantungan media oleh individu adalah berbeza mengikut matlamat peribadi.

Dalam dunia teknologi maklumat dan telekomunikasi kini, khalayak bergantung sepenuhnya kepada media dalam memperoleh sumber maklumat (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Tambah mereka lagi, individu cenderung bergantung kepada media untuk memenuhi segala keperluan mereka untuk mendapatkan maklumat mengenai calon-calon politik bagi membantu mereka untuk membuat keputusan mengundi terutamanya.

Teori ini juga menyatakan secara jelas mengenai kesan kognitif, keberkesanan dan tingkah laku yang berpotensi berlaku disebabkan oleh kebergantungan khalayak terhadap media. Teori ini sering menjadi panduan bagi penyelidikan mengenai politik dan kempen. Tambahan lagi, teori ini juga mengandaikan bahawa media boleh mempengaruhi masyarakat sekiranya ia memberikan lebih perhatian kepada beberapa isu dan mengurangkan perhatian kepada isu yang lain. Berikut merupakan gambar rajah Teori Kebergantungan Media:



Rajah 1: Teori Kebergantungan Media (Ball Rokeah & DeFleur, 1976)

Dalam konteks kajian ini, penyelidik ingin mengenal pasti hubungan di antara media, isu dan tingkah laku pengundi dalam PRU ke-14. Lazimnya, sebelum berlangsungnya hari pengundian, calon-calon daripada politik yang bertanding akan melaksanakan kempen-kempen politik mereka selain daripada mengumumkan manifesto. Justeru, parti-parti politik yang berkuasa ke atas sesebuah organisasi media akan melancarkan kempen perang saraf terhadap penyampaian maklumat dan berita kepada rakyat Malaysia. Menerusi aplikasi Teori Kebergantungan Media di dalam kajian ini, penyelidik akan dapat melihat bahawa media mempengaruhi pembentukan minda rakyat dan sekaligus memperlihatkan kepada kita bahawa media memainkan peranan yang signifikan terhadap perilaku pengundi.

Penyelidik lebih menfokuskan kepada peranan media sosial sebagai pemboleh ubah tidak bersandar kerana media sosial mempunyai implikasi dalam menyumbang kepada tingkah laku khalayak dalam aktiviti berpolitik. Hal ini demikian kerana, selain daripada sistem sosial seperti keluarga dan rakan-rakan, media baharu bertindak dalam memberi kemudahan kepada masyarakat untuk memperoleh pelbagai jenis informasi dan data tanpa sebarang halangan (Junaidi, 2010). Selain itu, platform digital seperti *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* dan blog juga bebas daripada mana-mana penguasaan parti politik. Oleh itu, media

sosial memaparkan sumber informasi yang sahih tanpa berpihak kepada mana-mana parti politik adalah alaman demokrasi yang penting untuk dicapai dalam era globalisasi ini.

Selain itu, penyelidik juga menfokuskan kepada penularan isu-isu sebagai pemboleh ubah tidak bersandar kerana terdapat kajian telah membuktikan bahawa khalayak juga bergantung kepada isu-isu yang menyumbang kepada pembentukan perilaku khayalak. Menurut kajian oleh Samsudin (2010), isu-isu yang dibangkitkan sepanjang pilihan raya menyumbang secara positif terhadap perilaku pengundi dalam PRU ke-12 yang memihak kepada gabungan Parti Pakatan Rakyat berbanding BN. Isu-isu seperti kenaikan harga barang, peningkatan kadar pengangguran, jenayah dan rasuah mendorong kepada pengundi untuk memihak kepada parti pembangkang dalam PRU ke-12. Justeru, kerangka konsep ini secara umumnya menjelaskan bahawa terdapat dua faktor yang membuatkan khalayak bergantung kepada media, iaitu peranan media sosial dan penularan isu.

Manakala impak kepada kebergantungan media dalam konteks tingkah laku pengundi dikategorikan sebagai pemboleh ubah bersandar. Dalam kajian ini, penyelidik ingin mengenal pasti sejauh mana faktor peranan media dan penularan isu mempengaruhi tingkah laku pengundi dalam pilihan raya baru-baru ini. Hal ini demikian kerana tingkah laku adalah pemboleh ubah yang memberikan tindak balas atau respon jika dihubungkan dengan pemboleh ubah tidak bersandar iaitu media sosial dan isu. Secara umumnya, penyelidik memilih Teori Kebergantungan Media oleh Ball Rokeach dan DeFleur (1976) adalah kerana teori ini berkaitan rapat dengan penyelidikan ini.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini telah dilaksanakan dengan mengaplikasikan pendekatan secara kuantitatif iaitu kaedah tinjauan (*survey*) dengan menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Penggunaan kaedah tinjauan secara bersemuka telah diaplikasikan dengan mengedarkan borang soal selidik dan dikutip secara terus daripada 200 orang responden di sekitar kawasan Lembah Klang. Tempoh pengumpulan data soal selidik telah mengambil masa selama empat minggu.

Data yang diperolehi daripada kajian ini diukur dengan menggunakan Skala Likert satu hingga lima iaitu 1 = Sangat tidak setuju, 2 = Tidak setuju, 3 = Agak setuju, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. Proses pengumpulan data ini dijalankan menerusi kaedah tinjauan secara bersemuka. Borang-borang soal selidik ini telah pun diberikan kepada responden berdasarkan sampel kajian yang telah ditetapkan yang melibatkan pengundi-pengundi yang berdaftar di sekitar kawasan Lembah Klang.

Soal selidik terdiri daripada 4 bahagian utama dan mengandungi soalan tertutup seperti soalan daftar periksa dan lima mata likert skala digunakan. Bahagian pertama soal selidik adalah maklumat demografi responden seperti jantina, umur, bangsa, agama dan status mengundi sebagai soalan daftar periksa. Manakala di bahagian kedua dan ketiga masing-masing merupakan soal selidik mengenai peranan media sosial dan penularan isu. Di bahagian keempat soal selidik pula adalah soal selidik mengenai tingkah laku pengundi pada PRU ke-14.

Segala data yang diperolehi semasa kajian dijalankan telah dikumpul dan dianalisis melalui penggunaan perisian *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22. Penganalisan data melibatkan dua jenis iaitu statistik deskriptif dan statistik inferensi. Statistik deskriptif digunakan untuk mencatatkan markah min dan peratus yang lazimnya digunakan untuk menjelaskan latar belakang responden kajian. Manakala statistik inferensi

pula digunakan untuk menguji hipotesis kajian mengenai perkaitan di antara faktor peranan media dan faktor penularan isu terhadap tingkah laku pengundi dalam PRU ke-14 berdasarkan kaedah analisis ujian regrasi linear berganda. Ujian ini dilaksanakan bertujuan untuk menentukan hubungan secara linear.

Satu kajian rintis (*pilot study*) telah dilaksanakan terhadap 50 orang responden. Tujuan kajian rintis diadakan adalah untuk mengetahui sejauh mana soalan-soalan yang terkandung di dalam borang soal selidik sesuai dan difahami oleh responden. Untuk menganggarkan kebolehpercayaan item-item dalam soal selidik, pekali *Cronbach Alpha* digunakan menerusi perisian SPSS ini. Hal Dalam sesebuah kajian, nilai *Cronbach's Alpha* yang boleh diterima untuk kebolehpercayaan instrumen soal selidik adalah di antara 0.7 hingga 0.8. Manakala nilai *Cronbach's Alpha* yang terbaik adalah melebihi paras 0.8. Hasil dapatan analisis kajian rintis kajian ini mendapati bahawa nilai kebolehpercayaan yang diperolehi setelah merujuk kepada nilai *Cronbach Alpha* ialah 0.878. Justeru, catatan ini menunjukkan bahawa instrumen kajian ini berada dalam kedudukan yang baik dan berkesan untuk dilaksanakan.

DAPATAN KAJIAN

Bahagian ini membincangkan analisis dan hasil dapatan kajian yang telah dijalankan ke atas 200 set borang soal selidik yang seterusnya dianalisis secara deskriptif dan inferensi. Analisis deskriptif digunakan untuk menghuraikan ciri-ciri yang terdapat di dalam populasi berdasarkan skala pengukuran menggunakan nilai frekuensi, peratus min dan sisihan piawai. Manakala analisis inferensi melalui ujian regresi digunakan untuk menghuraikan perhubungan di antara dua pemboleh ubah.

Hasil Keputusan Deskriptif

a. Demografi Responden

Secara keseluruhannya, seramai 200 orang responden terlibat menerusi kajian ini yang dilaksanakan di sekitar kawasan Lembah Klang. Segala hasil dapatan kajian ini telah dianalisis dengan menggunakan perisian *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 22.

Jadual 1 menunjukkan bilangan responden mengikut jantina. Keputusan menunjukkan jumlah keseluruhan bagi responden lelaki adalah seramai 88 orang atau 44.0% manakala responden perempuan adalah seramai 112 orang atau 56.0%.

Jadual 1: Jantina responden

Item	Frekuensi	Peratus
Lelaki	88	44.0
Perempuan	112	56.0
Jumlah	200	100.0

Berdasarkan analisis (Jadual 2) mengikut umur, kajian mendapati bahawa majoriti responden, iaitu 100 orang atau 50.0% responden berumur di antara 21 hingga 30 tahun, manakala 48 orang atau 24.0% responden berumur di antara 31 hingga 40 tahun. Seramai 36 orang atau 18.0% responden berumur di antara 41 tahun hingga 50 tahun dan selebihnya hanya 16 orang atau 8.0% responden berumur lebih daripada 50 tahun.

Jadual 2: Umur responden

Item	Frekuensi	Peratus
21-30 tahun	100	50.0
31-40 tahun	48	24.0
41-50 tahun	36	18.0
Lebih 50 tahun	16	8.0
Jumlah	200	100.0

Manakala Jadual 3 menunjukkan bilangan responden mengikut bangsa. Responden Melayu menunjukkan bilangan tertinggi iaitu 118 orang (59.0%). Responden Cina pula terdiri daripada 44 orang (22.0%) manakala responden India adalah seramai 32 orang (16.0%). Baki 6 orang (3.0%) responden adalah terdiri daripada lain-lain kaum.

Jadual 3: Bangsa responden

Item	Frekuensi	Peratus
Melayu	118	59.0
Cina	44	22.0
India	32	16.0
Lain-lain	6	3.0
Jumlah	200	100.0

Berdasarkan analisis (Jadual 4), keputusan menunjukkan bilangan responden mengikut agama. Responden bergama Islam menunjukkan bilangan tertinggi iaitu 118 orang (59.0%). Responden beragama Buddha pula terdiri daripada 44 orang (22.0%) manakala responden beragama Hindu adalah seramai 32 orang (16.0%). Baki 6 orang (3.0%) responden adalah terdiri daripada lain-lain agama.

Jadual 4: Agama responden

Item	Frekuensi	Peratus
Islam	118	59.0
Buddha	44	22.0
Hindu	32	16.0
Lain-lain	6	3.0
Jumlah	200	100.0

Manakala Jadual 5 menunjukkan bilangan responden mengikut status mengundi pada PRU14. Kebanyakan responden terdiri daripada pengundi kali pertama apabila mencatatkan seramai 72 orang atau 36.0% responden. 44 orang (22.0%) responden adalah pengundi kali kedua dan 32 orang (16.0%) responden pengundi kali ketiga. Seramai 36 orang (18.0%) responden adalah pengundi kali keempat dan hanya 16 orang (8.0%) responden sahaja yang terdiri daripada pengundi yang sudah lebih dari empat kali mengundi.

Jadual 5: Status mengundi responden dalam PRU14

Item	Frekuensi	Peratus
Kali pertama	72	36.0
Kali kedua	44	22.0
Kali ketiga	32	16.0
Kali keempat	36	18.0
Lebih empat kali	16	8.0
Jumlah	200	100.0

b. Faktor Peranan Media

Kajian ini merumuskan bahawa media sosial merupakan medium utama untuk responden beroleh maklumat politik. Jadual 6 menunjukkan bahawa responden bersetuju bahawa media sosial menjadi medium utama untuk mengakses maklumat sepanjang pilihan raya berlangsung (min = 4.50, sisihan piawai = 0.51). Responden turut bersetuju bahawa media sosial menyalurkan maklumat mengenai parti-parti politik yang bertanding dalam PRU14 (min = 4.13, sisihan piawai = 0.78). Selain itu, responden bersetuju bahawa media sosial memperkukuhkan sistem demokrasi di Malaysia dengan menyatakan persetujuan (min = 4.50, sisihan piawai = 0.50) bahawa media sosial menjadi penghubung di antara pemerintah dan rakyat. Hasil kajian juga mendapati bahawa responden bersetuju dalam aspek media sosial menyediakan platform untuk berinteraksi dengan ahli-ahli politik (min = 4.25, sisihan piawai = 0.66) dan juga bersetuju bahawa media sosial memberi peluang untuk rakyat berdiskusi mengenai politik dengan rakan-rakan yang lain (min = 4.38, sisihan piawai = 0.69). Berikut merupakan hasil penuh bagi dapatan kajian bahagian ini:

Jadual 6: Faktor peranan media

Item	Min	Sisihan piawai
Media sosial menyalurkan maklumat kepada saya mengenai parti-parti politik yang bertanding.	4.13	0.78
Media sosial membantu saya mengenali calon-calon parti politik yang bertanding.	4.38	0.70
Media sosial mempertingkatkan imej calon dan parti politik.	4.25	0.97
Media sosial memberi liputan secara komprehensif mengenai kempen pilihan raya.	4.25	0.66
Media sosial mempamerkan aktiviti calon parti politik dalam memberi khidmat kepada masyarakat.	4.00	0.71
Media sosial membenarkan penglibatan saya untuk menyampaikan komentar mengenai politik negara.	4.25	0.66
Media sosial menyediakan platform untuk saya berinteraksi dengan ahli-ahli politik.	4.25	0.66
Media sosial memberi peluang untuk saya berdiskusi mengenai politik dengan rakan-rakan.	4.38	0.69
Media sosial melaporkan perjalanan aktiviti parti-parti politik kerajaan dan pembangkang.	3.75	0.66
Media sosial memberi kesedaran tanggungjawab mengundi kepada saya.	3.75	0.66
Media sosial menggalakkan saya agar prihatin terhadap isu-isu politik negara.	3.63	0.49
Media sosial bebas daripada dikuasai oleh mana-mana kuasa parti politik.	3.50	0.50
Media sosial menyebarkan kandungan penulisan yang tidak bias terhadap mana-mana parti politik kepada saya.	4.00	0.87
Media sosial menjadi penghubung di antara pemerintah dan rakyat.	4.13	0.60
Media sosial menyediakan maklumat yang boleh dipercayai mengenai parti politik.	3.88	0.79
Media sosial tidak melaporkan berita-berita yang tidak berwibawa kepada saya.	3.63	0.49
Media sosial tidak menyentuh mengenai sensitiviti perkauman di Malaysia di dalam penulisan berita	3.50	0.50
Media sosial menjadi medium utama untuk saya meperoleh maklumat sepanjang pilihan raya berlangsung	4.50	0.51

Media sosial menarik minat saya untuk melibatkan diri dalam bidang politik.	3.63	0.49
Media sosial memperkukuhkan sistem demokrasi di Malaysia.	4.50	0.50

c. Faktor Penularan Isu

Bagi aspek penularan isu, Jadual 7 menunjukkan bahawa responden bersetuju bahawa isu korupsi dan nepotisme wujud dalam kepimpinan tertinggi politik (min = 4.50, sisihan piawai = 0.50). Responden turut bersetuju bahawa isu penyalahgunaan kuasa dalam kalangan pemimpin parti politik dan isu politik berunsurkan perkauman masih wujud dalam parti-parti politik dengan menunjukkan jumlah min yang sama iaitu 4.25 dan mempunyai nilai sisihan piawai yang sama iaitu 0.83. Selain itu, responden turut bersetuju (min = 4.75, sisihan piawai = 0.43) bahawa peningkatan harga barang dan petrol membebankan rakyat.

Hasil kajian juga mendapati bahawa responden bersetuju dalam isu pihak berkuasa gagal meyakinkan rakyat mengenai keberkesanan pelaksanaan GST (min = 3.63, sisihan piawai = 0.49) dan turut menyatakan persetujuan (min = 4.38, sisihan piawai = 0.49) terhadap isu kegagalan kerajaan terdahulu dalam memerintah negara apabila gagal mengatasi peningkatan kos sara hidup rakyat Malaysia. Berikut merupakan hasil penuh bagi dapatan kajian bahagian ini:

Jadual 7: Faktor penularan isu

Item	Min	Sisihan piawai
Isu korupsi dan nepotisme wujud dalam kepimpinan tertinggi parti politik.	4.50	0.50
Isu penyelewengan wang haram 1MDB melibatkan pemimpin negara.	4.00	0.71
Isu pembiayaan dana politik oleh negara luar terhadap parti-parti politik dalam negara.	3.75	0.83
Perbelanjaan secara besar-besaran oleh parti-parti politik terhadap kempen-kempen pilihan raya.	4.00	0.71
Isu pengaruh wang dalam pilihan raya oleh sesetengah parti-parti politik.	4.00	0.71
Isu penyalahgunaan kuasa dalam kalangan pemimpin parti politik.	4.25	0.83
Politik berunsurkan perkauman masih wujud dalam parti-parti politik.	4.25	0.83
Kegagalan kerajaan dalam memerintah negara apabila gagal mengatasi peningkatan kos sara hidup rakyat.	4.38	0.49
Peningkatan harga barang dan petrol membebankan rakyat.	4.75	0.43
Pemberian gaji yang tidak setimpal dengan peningkatan kos sara hidup rakyat.	4.25	0.83
Pelaksanaan cukai barangan dan perkhidmatan (GST) adalah tidak wajar.	3.63	0.49
Pihak berkuasa gagal meyakinkan rakyat mengenai keberkesanan pelaksanaan GST.	4.38	0.49
Isu integriti dan rasuah dalam kalangan penjawat awam masih berleluasa.	4.25	0.83
Isu lambakan warga asing meningkatkan kadar jenayah.	4.25	0.83
Isu sekolah aliran bahasa kebangsaan sebagai bahasa pengantar dan sekolah aliran bahasa ibunda.	3.25	0.43
Masalah pengangguran dan kebolehan dapatan pekerjaan dalam kalangan siswazah gagal diselesaikan.	4.63	0.49
Isu pencemaran alam sekitar menghantui penduduk di bandar.	3.38	0.49

Isu banjir kilat yang masih gagal diselesaikan oleh pihak berkuasa.	3.50	0.50
Isu pembangunan di bandar yang semakin pesat namun kurang kemudahan di kawasan perumahan.	3.50	0.50
Isu kesesakan lalu lintas dan ketiadaan infrastruktur jalan efektif	3.50	0.50

d. *Tingkah Laku Pengundi PRU ke-14*

Kajian ini mendapati bahawa responden bersetuju untuk membaca akhbar dalam talian bagi mengetahui isu-isu berbangkit (min = 4.50, sisihan piawai = 3.63). Selain itu, responden bersetuju bahawa mereka menonton televisyen secara *live streaming* untuk mengetahui isu-isu semasa (min = 4.25, sisihan piawai = 0.83). Hasil kajian juga mendapati bahawa responden bersetuju mengikuti akaun rasmi calon-calon parti politik di *Facebook* dan melayari laman web parti-parti politik untuk mengetahui perkembangan aktiviti parti dengan menunjukkan nilai min yang sama iaitu 4.13 dan mempunyai nilai sisihan piawai yang sama iaitu 0.78. Responden turut bersetuju bahawa mereka menonton kempen-kempen parti politik yang bertanding di Youtube (min = 4.00, sisihan piawai = 0.71) dan juga bersetuju memberikan pendapat mengenai isu politik di dalam akaun media sosial milik peribadi (min = 4.0, sisihan piawai = 0.76). Berikut merupakan hasil penuh bagi dapatan kajian bahagian ini:

Jadual 8: Tingkah laku pengundi PRU ke-14

Item	Min	Sisihan piawai
Saya membaca akhbar dalam talian untuk mengetahui isu-isu berbangkit.	4.50	3.63
Saya melanggan akhbar dalam talian secara bulanan bagi memudahkan saya mendapatkan berita-berita terkini.	3.63	0.49
Saya berkongsi pautan <i>link</i> berita-berita terkini ke dalam akaun media sosial milik saya.	3.63	0.49
Saya mendengar radio secara <i>live streaming</i> untuk mendapatkan liputan terkini.	3.50	0.50
Saya membaca majalah dalam talian untuk mengenali calon-calon parti politik.	3.50	0.50
Saya menonton televisyen secara <i>live streaming</i> untuk mengetahui isu-isu semasa.	4.25	0.83
Saya mengikuti akaun rasmi (<i>official page</i>) calon-calon parti politik yang bertanding di <i>Facebook</i> .	4.13	0.78
Saya <i>like</i> , <i>comment</i> dan <i>share</i> segala <i>post</i> yang dimuatnaik oleh calon-calon parti politik yang bertanding.	3.50	0.50
Saya mengikuti akaun rasmi (<i>official page</i>) calon-calon parti politik yang bertanding di Twitter.	3.63	0.49
Saya <i>retweet</i> segala <i>post</i> yang dimuatnaik oleh calon-calon parti politik yang bertanding.	3.50	0.50
Saya mengikuti akaun rasmi (<i>official page</i>) calon-calon parti politik yang bertanding di Instagram.	3.63	0.49
Saya <i>repost</i> segala <i>post</i> yang dimuatnaik oleh calon-calon parti politik yang bertanding.	3.50	0.50
Saya <i>forward</i> maklumat berkaitan politik dan pilihan raya kepada rakan-rakan melalui WhatsApp.	3.63	0.49
Saya melayari laman web parti-parti politik untuk mengetahui perkembangan aktiviti.	4.13	0.78
Saya membaca kandungan artikel yang ditulis oleh calon parti politik di laman web miliknya.	4.00	0.87
Saya menulis kandungan artikel mengenai politik di dalam ruangan blog peribadi.	3.25	0.43

Saya memberi pendapat mengenai isu politik di dalam ruangan blog peribadi.	4.00	0.76
Saya menonton kempen parti-parti politik yang bertanding di YouTube.	4.00	0.71
Saya mengambil berat tentang pandangan politik di dalam media sosial.	4.13	0.79
Saya selalu berdiskusi mengenai politik bersama rakan-rakan di dalam media sosial.	3.75	0.43

Hasil Keputusan Inferensi (Ujian Regresi Linear)

Ujian regresi *linear* telah digunakan di dalam kajian ini bagi menentukan sama ada faktor media dan isu mempengaruhi perilaku pengundi PRU14 atau sebaliknya. Pengujian terhadap pemboleh ubah ini adalah berdasarkan kepada pembinaan hipotesis kajian seperti berikut:

- H1 - Terdapat hubungan positif di antara media dengan tingkah laku pengundi dalam PRU ke-14
- H2 - Terdapat hubungan positif di antara isu dengan tingkah laku pengundi dalam PRU ke-14.
- H3 - Faktor isu lebih mempengaruhi tingkah laku pengundi berbanding faktor media dalam PRU ke-14

a. H1: Hubungan antara media dengan tingkah laku pengundi PRU ke-14

Berdasarkan Jadual 9, nilai korelasi di antara media dengan tingkah laku pengundi yang diberi oleh R persegi ialah 0.734. Nilai ini menunjukkan bahawa media dapat menerangkan sebanyak 73.4% daripada varian tingkah laku.

Jadual 9: Ujian regresi linear peranan media dan perilaku pengundi PRU14

Model	R	R persegi (<i>R square</i>)	R persegi selaras (<i>Adjusted R squared</i>)	Kesalahan standard anggaran (<i>Std. Error of the Estimate</i>)
1	.857 ^a	.734	.733	2.112

Manakala Jadual 10 pula menunjukkan bahawa kecerunan garis B iaitu garis regresi media terhadap tingkah laku ialah 0.808 dan nilai t sebanyak 23.374 menandakan media menyumbang kepada tingkah laku pengundi. Nilai signifikan ($p < 0.05$) juga menjelaskan bahawa media mempunyai hubungan signifikan dengan tingkah laku pengundi. Justeru, hipotesis 1 diterima.

Jadual 10: Ujian regresi linear peranan media dan perilaku pengundi PRU14

		B	Kesalahan standard (<i>Std. error</i>)	Beta	t	Sig.
1	(<i>Constant</i>)	10.654	2.794		3.813	.000
	Media	.808	.035	.857	23.374	.000

b. H2: Hubungan antara isu dengan tingkah laku pengundi

Berdasarkan jadual berikut (Jadual 11), nilai korelasi di antara isu dan tingkah laku yang diberi oleh R persegi ialah 0.820. Nilai ini menunjukkan bahawa isu dapat menerangkan sebanyak 82.0% daripada varian tingkah laku.

Jadual 11: Ujian regresi linear penonjolan isu dengan perilaku pengundi PRU14

Model	R	R persegi (<i>R square</i>)	R persegi selaras (<i>Adjusted R square</i>)	Kesalahan standard anggaran (<i>Std. error of the estimate</i>)
1	.906 ^a	.820	.819	1.737

Manakala, Jadual 12 pula menunjukkan bahawa kecerunan garis B iaitu garis regresi isu terhadap tingkah laku ialah 0.513 dan nilai t sebanyak 30.049 menandakan isu menyumbang kepada tingkah laku pengundi. Nilai signifikan ($p < 0.05$) juga menjelaskan bahawa isu mempunyai hubungan signifikan dengan perilaku. Justeru, hipotesis 2 diterima.

Jadual 12: Ujian regresi linear penonjolan isu dengan perilaku pengundi PRU14

		B	Kesalahan standard (<i>Std. error</i>)	Beta	t	Sig.
1	(<i>Constant</i>)	34.632	1.378		25.131	.000
	Isu	.513	.017	.906	30.049	.000

c. Ujian regrasi berganda di antara media, isu dengantingkah laku pengundi

Berdasarkan Jadual 13, dapat dilihat bahawa nilai Beta pekali standard bagi kedua-dua pemboleh ubah media dan isu menunjukkan nilai positif apabila masing-masing mencatatkan nilai sebanyak 0.397 and 0.603. Hal ini membuktikan bahawa media dan isu mempunyai perkaitan yang positif terhadap pemboleh ubah bersandar iaitu tingkah laku pengundi. Dalam ujian regresi berganda, pemboleh ubah bebas yang mencatatkan nilai Beta yang paling tinggi menunjukkan bahawa pemboleh ubah tersebut memberi impak yang positif terhadap pemboleh ubah bersandar. Hasil kajian mendapati bahawa nilai Beta bagi pemboleh ubah isu adalah paling tinggi dan ia memberi kesan yang sangat signifikan terhadap pemboleh ubah perilaku. Justeru, hipotesis 3 diterima.

Jadual 13: Ujian regresi linear berganda di antara media dan isu terhadap perilaku

		B	Kesalahan standard (<i>Std. error</i>)	Beta	t	Sig.
1	(<i>Constant</i>)	18.209	1.892		9.622	.000
	Media	.374	.035	.397	10.665	.000
	Isu	.342	.021	.603	16.205	.000

PERBINCANGAN

Seiring dengan kemajuan teknologi terkini, media sosial mula mengambil alih peranan media tradisional yang bertindak sebagai penyampai maklumat utama dalam kalangan rakyat Malaysia amnya. Bukan itu sahaja, media sosial juga turut menjadi sumber primer bagi sesetengah parti-parti politik untuk menyebarkan propaganda dalam mempengaruhi

keputusan undi rakyat terutamanya ketika menjelang pilihan raya. Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, 50.0% responden berpendapat bahawa media sosial membenarkan penglibatan mereka untuk menyampaikan komentar mengenai politik negara. Hal ini demikian kerana blog dikatakan menjadi pencetus kepada peningkatan penggunaan Internet dan kebebasan bersuara dalam kalangan *blogger* (Zulkifli, 2002). Hal ini sememangnya menunjukkan bahawa media begitu signifikan dan berpengaruh besar dalam situasi pilihan raya yang berperanan mengawal gaya pemikiran rakyat terhadap sesebuah parti politik yang terlibat dalam pilihan raya.

Selain itu, sebanyak 55.0% responden bersetuju bahawa media sosial memberi peluang untuk mereka berinteraksi mengenai politik dengan rakan-rakan. Perkara ini turut dipersetujui oleh Meijer (2012) bahawa pengenalan terhadap media baharu *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* serta blog telah membentuk persekitaran dalam komunikasi maya yang mana ianya mampu membina interaksi sosial dan membenarkan kebebasan partisipasi yang lebih luas. Hal ini demikian kerana kebebasan yang ditawarkan oleh media baharu membolehkan sesiapa sahaja menyuarakan pandangan mereka tanpa mengambil kira latar belakang kelas ekonomi.

Pengguna media baharu dapat menerima maklumat daripada kedua-dua pihak kerajaan dan pembangkang dan seterusnya mampu membuat penilaian di samping melontarkan pendapat peribadi mereka menerusi platform *Facebook*, *Twitter* dan *YouTube* (Junaidi, 2016). Perkara ini turut dipersetujui oleh responden kajian ini, di mana 50.0% peratus daripada mereka menyatakan bahawa media sosial bebas daripada dikuasai oleh mana-mana parti politik. Media sosial yang bertunjangkan internet dan mempunyai kemudahan peranti komunikasi seperti komputer riba, *smart phone* serta *tablet*, sedikit sebanyak mewujudkan lebih banyak ruang dan peluang tambahan kepada rakyat atau pengundi untuk memperoleh maklumat yang tidak memihak kepada pihak status quo atau pihak kerajaan.

Sebanyak 55.0% responden bersetuju bahawa media sosial menjadi medium utama untuk mereka memperoleh maklumat sepanjang pilihan raya berlangsung. Bahsky et al. (2012) turut berpendapat bahawa *Facebook* merupakan pengaruh yang amat besar terhadap penyertaan pengundi dalam sesebuah pilihan raya. Menurutnya lagi, *Facebook* merupakan laman media sosial yang mempunyai sentimen politik yang tinggi dalam kalangan pengguna kerana berlakunya penyebaran mesej melalui status, ruangan komen, audio dan visual menerusi aplikasi *Facebook*.

Kajian ini juga meninjau bagaimanakah generasi muda menganggap isu-isu nasional dalam mempengaruhi keputusan mereka mengundi dalam pilihan raya. Sebanyak 55.0% responden bersetuju bahawa isu korupsi dan nepotisme adalah penting dalam pilihan raya kali ini. Fuad et al. (2012) dalam kajian mereka juga mendapati bahawa kegagalan BN memperoleh undi etnik Cina pada PRU ke-13 telah menjadi pengajaran bagi BN untuk membetulkan keadaan dari segi kepimpinan parti seperti isu pergolakan dalaman parti dan isu pentadbiran Kerajaan Negeri Selangor.

Selain itu, hasil data kajian mencatatkan bahawa sebanyak 80.0% responden menganggap bahawa isu kenaikan harga barang dan petrol adalah penting dalam pilihan raya. Perkara ini turut dipersetujui oleh Fuad et al. (2012) di mana di antara isu yang sering diperdebatkan oleh pengundi adalah mengenai kenaikan harga barang dan petrol yang mewujudkan masalah kewangan dalam kalangan rakyat Malaysia khususnya bagi penduduk di luar bandar. Walaupun kerajaan berulang kali menyatakan kerajaan telah memberikan

subsidi terhadap pelbagai barangan konsumer dan berusaha mengawal harga barang, namun secara umum kenaikan harga barang itu menjejaskan kedudukan kewangan setiap pengundi.

Sebanyak 50.0% responden bersetuju bahawa isu-isu sosial seperti alam sekitar, banjir kilat dan pembangunan penting dalam pilihan raya. Hal ini demikian pengundi akan memilih calon daripada parti politik yang mampu membawa pembaharuan rakyat tempatan. Junaidi (2013) dalam kajian Pilihan Raya Kecil (PRK) Parlimen Teluk Intan mendapati secara keseluruhannya sokongan pengundi di kawasan ini dipengaruhi oleh pilihan rasional. Berdasarkan pemerhatian menerusi kajian lapangan terhadap kempen dan penerimaan pengundi pada ketika itu mendapati bahawa majoriti pengundi di kawasan Parlimen Teluk Intan mengundi calon atau parti yang dapat membawa transformasi dari segi pembangunan rakyat dan negeri yang lebih baik khususnya dalam kalangan pengundi berbangsa Melayu dan India. Buktinya, manifesto calon BN untuk membangunkan Teluk Intan yang meliputi infrastruktur, pelancongan dan masyarakat setempat telah berjaya memperolehi sokongan majoriti pengundi di sana.

Selain itu, kajian ini juga menfokuskan kepada perilaku pengundi dalam PRU14. Media sosial kini dianggap sebagai perantara di antara parti politik dengan pengundi. Kajian ini membuktikan bahawa sebanyak 45.0% responden bersetuju bahawa mereka menulis kandungan artikel mengenai politik di dalam ruangan blog peribadi. Menurut Zulkifli (2011), kajiannya mendapati bahawa blog menjadi pemangkin kepada peningkatan penggunaan Internet dan kebebasan bersuara dalam kalangan *blogger*. Hal ini demikian kerana, wujud pelbagai lontaran pendapat dalam kalangan *blogger* mengenai politik semasa dalam negara kepada ketika itu.

Selain itu, rakyat dilihat lebih gemar menggunakan media atas talian untuk mengutarakan pendapat seperti menyertai kumpulan perbincangan yang membincangkan isu-isu semasa melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan blog apabila sebanyak 55.0% responden bersetuju dalam memberikan pendapat mengenai isu politik di dalam ruangan milik peribadi. Berdasarkan hasil kajian oleh Asmah (2013), pemilihan penggunaan media baru yang utama adalah *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, namun kini pengguna mula beralih kepada penggunaan media baru menerusi aplikasi *WhatsApp*. Faktor medium ini yang mudah untuk berhubung dan lebih pantas untuk menyebarkan informasi berbanding penggunaan media baru yang lain.

Akhir sekali, sebanyak 50.0% responden bersetuju bahawa mereka berdiskusi mengenai politik bersama rakan-rakan menerusi rangkaian digital. Hal ini demikian kerana kebebasan menyuarakan pendapat di media sosial telah mendorong golongan belia untuk menggunakan media tersebut berbanding media yang lain. Perkara ini turut dipersetujui oleh Rahim (2015) yang menjelaskan bahawa media sosial telah menggalakkan rakyat untuk berkongsi maklumat tentang politik. Tidak sekadar berkongsi maklumat, media sosial juga turut dijadikan platform perbincangan apabila terdapat sesuatu isu yang dibangkitkan.

KESIMPULAN

Pilihan raya adalah salah satu daripada amalan demokrasi yang utama dalam sesebuah negara. Dalam pilihan raya umum di Malaysia, rakyat berpeluang untuk membuat keputusan untuk memilih parti manakah yang mereka ingin membentuk sebagai Kerajaan Persekutuan dan mentadbirkan negara mereka. Dalam konteks PRU ke-14, pengundi-pengundi telah membuat keputusan mereka, namun apakah yang menyebabkan mereka membuat keputusan sedemikian masih terus dibincangkan dan diselidiki.

Berdasarkan keadaan semasa di mana terdapat lambakan pendapat berbentuk alternatif yang dimuatkan di dalam pelbagai ruang siber, maka kajian ini menunjukkan bahawa pengaruh media sosial terhadap perilaku pengundi PRU ke-14 sememangnya wujud. Hal ini demikian kerana kepantasan media sosial dalam menyebarkan sesuatu maklumat secara meluas telah mencetuskan fenomena tular yang membolehkan setiap maklumat yang dikongsikan dapat diakses oleh sesiapa sahaja. 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. Hal ini sedikit sebanyak menunjukkan bahawa masyarakat pada hari ini begitu mengambil berat terhadap paparan isu atau berita menerusi rangkaian media sosial berkenaan perkara-perkara yang melibatkan politik tanah air.

Selain itu, hasil penyelidikan ini juga menunjukkan bahawa pemboleh ubah penonjolan isu juga memberi impak yang signifikan terhadap perilaku pengundi dalam PRU ke-14. Buktinya, isu-isu tempatan seperti kenaikan harga barang dan petrol, kebolehdapatan pekerjaan, isu kesamarataan dan isu korupsi dan nepotisme serta isu pelaksanaan GST mempengaruhi perilaku pengundi. Meskipun kerajaan terdahulu berulang kali menyatakan kerajaan telah memberikan subsidi terhadap pelbagai barangan runcit dan berusaha mengawal harga barang, namun secara umum kenaikan harga barang itu mewujudkan masalah kewangan dalam kalangan pengundi. Data kajian menunjukkan bahawa lebih daripada 80 peratus menganggap isu kenaikan harga adalah penting dalam pilihan raya.

Dengan adanya kajian seperti ini secara tidak langsung dapat membantu masyarakat untuk melihat sumbangan yang diberikan oleh media sosial terhadap pola pengundian dalam pilihan raya. Ternyata bahawa media sosial telah mengubah landskap politik negara ini dan memperkasa fenomena pendemokrasian maklumat yang secara digital yang lebih mudah dan pantas berbanding media tradisional.

Justeru, pihak kerajaan disarankan untuk melaksanakan pemantauan terhadap kredibiliti maklumat dan sumber berita di seluruh platform media sosial supaya maklumat yang dikongsikan tidak menjejaskan kredibiliti mana-mana pihak terutamanya pihak kerajaan. Hal ini demikian kerana kepercayaan maklumat yang diterima daripada media adalah penting kerana ia menjadi asas seseorang itu membuat keputusan. Justeru, pemantauan terhadap maklumat politik yang dikongsikan di media sosial perlu dilakukan bagi memastikan maklumat tersebut bebas dari unsur hasutan yang boleh memecah-belahkan perpaduan.

BIODATA

Nurul Naemah Hamedan adalah pelajar Master Sains Komunikasi (Kewartawanan) di Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia. Emel: nurulnaemah94@gmail.com

Syed Agil Shekh Alsagoff adalah pensyarah kanan di Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia. Bidang kepakaran beliau adalah Kewartawanan. Emel: agilsa@hotmail.com

Akmar Hayati Ahmad Ghazali adalah pensyarah kanan di Jabatan Komunikasi, Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi, Universiti Putra Malaysia. Bidang kepakaran beliau adalah Kewartawanan. Emel: akmar@upm.edu.my

RUJUKAN

- Adnan, M. H. (2015). Peranan media massa memartabatkan integriti nasional. *Jurnal Komunikasi Borneo*, 14(4), 2-4.
- Amer Saifude, G., Jali, M. F., & Junaidi, A. B. (2012). Akses kepada Internet dan kesannya terhadap partisipasi politik penduduk Johor. *Malaysian Journal of Society and Space*, 8(6), 76-89.
- Asmah, H. O. (2013). *Kesantunan bahasa semasa berkomunikasi dalam media sosial*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Bakshy, E., Rosenn, I., Marlow, C., & Adamic, L. (2012). The role of social networks in information diffusion. *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web* (pp. 519–528). Dicapai dari <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2187907>
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3-21. doi: 10.1177/009365027600300101
- Berita Harian*. (2018, May 21). BN tewas kerana fitnah, penyelewangan fakta- Najib.
- Besar, J. A., Fauzi, R., & Ghazali, A. S. (2015). Analisis geografi pilihan raya di kawasan Parlimen Titiwangsa, Kuala Lumpur dalam pilihan raya umum 1955-2013. *Geografia Malaysian Journal of Society and Space*, 11(2), 30-42.
- Fauzi, A. B. (2013). Pengaruh komunikasi interpersonal antara dosen dan mahasiswa terhadap motivasi belajar dan prestasi akademik mahasiswa. *Jurnal Pekommas*, 18(1), 53 - 62.
- Fauzi, N. (2013). Penggunaan media sosial dalam dunia tanpa sempadan: Suatu kebaikan atau keburukan?. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(2), 52-72.
- Fuad, M. J., & Zain, M. F. M. (2012). Kajian budaya politik Melayu dalam pilihan raya kecil Hulu Selangor, Selangor. *Jurnal Melayu*, 8(1), 153-172.
- Ghani, Z. A. (2011). Komunikasi Islam sebagai komunikasi alternatif. *Jurnal Islamiyyat*, 2(2), 79-89.
- Ghazali, S. (2013). Technology and religion: Information seeking behaviour of online religious information among Malays. *World Applied Sciences Journal*, 28(8), 1082-1088.
- Hamid, P. N. & Cheng, S. T. (1995). Predicting behavior: The role of behavioral intentions, past behavior and locus control. *Environment and Behavior Journal*, 27(1), 679-698.
- Hazim, N. A. (2016). The impact of digital communication on social networks: A review. *International Journal of Computer Science and Mobile Computing*, 5(1), 183 – 190.
- Hong, P. (2013). Using social media applications for educational outcomes in college teaching: A structural equation analysis. *British Journal of Educational Technology*, 44(1).
- Ismawati, J., & Ariffin. M. Y. M. (2014). Online newspaper in Malaysia: A preliminary study. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 11(1), 83-94.
- Jali, M. F. M., Besar, J. A., Zain, M. F. M., & Lyndon, N. (2014). 'Realignment' pengundi Cina dalam PRU ke-13. *Geografia-Malaysian Journal of Society and Space*, 10(4), 54-64.
- Janafi, K., & Helmi, A. R. (2014). Penggunaan media sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya gerakan sosial oleh pemimpin pelajar universiti di Pekanbaru, Riau, Indonesia. *Jurnal Sosial Sains dan Kemanusiaan*, 12(2), 087-101.
- Jankowska, P. B. (2018). New media and society. *Media and Society Journal*, 11(1), 2311-2322.

- Junaidi, A. B. (2016). Perkaitan sumber maklumat dengan sokongan kepada parti politik. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(1), 23-49.
- Junaidi, A. B., & Jali, M. F. M. (2013). *Pola pengundian dalam pilihan raya kecil 2009-2011*. Bangi: Institut Kajian Etnik (KITA) UKM.
- Junaidi, A. B. (2010). *Trend pengundian etnik Melayu dan Cina/Tionghoa dalam pilihan raya 2009-2011 di Malaysia*. Bangi: Institut Kajian Etnik (KITA) UKM.
- Kerlinger, F. N. (1973). *Definitions of theory and other key terms* (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Lim, M. (2012). The contest for Chinese votes: Politics of negotiation or politics of pressure?. *Journal of Communication*, 6(2), 231-248.
- Mahdza, S. S. S. (1995). Social media role in influencing Malaysia. *International Journal of Computer Applications Technology and Research*, 5(2), 71 - 75.
- Mazlan, A., & Besar, J. A. (2014). Dari barisan ke pakatan: Berubahnya dinamik pilihan raya umum Kuala Lumpur 1995-2013. *Geografia- Malaysian Journal of Society & Space*, 10(4), 83-98.
- Meijer, I. C. (2012). Realizing the citizen's agenda for local news media. *International Journal of Journalism*, 10(3), 327-342.
- Mokhtar, I. (2011). *Kaedah penyelidikan kuantitatif dalam pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Mustafa, S. E., & Hamzah, A. (2011). Media baharu yang baharu: Trend penggunaan media sosial dalam kalangan pengguna di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 13(2), 193-110.
- Othman, M. (2001). *Penulisan tesis dalam bidang sains sosial terapan*. Serdang: Universiti Putra Malaysia.
- Papacharissi, Z. (2014). Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online discussion groups. *Journal of New Media and Society*, 6(2), 259-283.
- Rahim, S. A. (2012). Media dan identiti budaya: Membangunkan industri kandungan tempatan yang berdaya tahan. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 1(7), 67-80.
- Rahim, A. S. (2015). Penyertaan media digital dalam kalangan rakyat Malaysia. *Jurnal Komunikasi*, 31(1), 241-256.
- Rashid, A. (2011). Literasi media: Ke arah melahirkan pengguna media berpengetahuan. *Malaysian Journal of Media Studies*, 13(2), 8-12.
- Rokeach, S. J. B. (2001). Communication technology and community. *Communication Research Journal*, 28(4). doi: 10.1177/009365001028004001
- Sabita, M. (2006). *Penyelidikan sains sosial: Pendekatan pragmatik*. Selangor: Social Science Research.
- Samsudin, A. R. (2010). Media, demokrasi dan generasi muda: Analisis keputusan pilihan raya umum ke-12. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 26(2), 1-15.
- Sassi, S. (2010). *Digital democracy: Issues of theory and practice*. Melbourne: Sage Publications.
- Saufiyyan, A. (2017). Kempen politik Trump: Strategi, taktik dan model perang saraf media. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(1), 294-312.
- Schlutz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87-101.

- Schulz, W., Web, R., & Quiring, O. (2014). Voters in a changing media environment. *European Journal of Communication*, 20(1), 50-55.
- Tumasjan, A., Sprenger, T. O., Sander, P. G., & Welpe, I. M. (2012). *Predicting elections with Twitter: What 140 characters reveal about political sentiment*. Conference on Weblogs and Social Media, Menlo Park, California.
- Turner, R., Thia, M. S. D., & Gary, M. (2018). Voting preferences in the 2016 election. *Annual meeting of the society for personality dan social psychology*. Atlanta, United States of America.
- Yamane, T. (1973). *Statistical formular: Practical guide to writing research project reports in tertiary institutions*. Washington: John Jacobs Classic Publishers.
- Zawiyah, M. Y., & Mukred. M (2015). *Factors influencing the adoption of electronic records management (ERM) for decision making process at Higher Professional Education (HPE)'s Institutions*. International Conference on Innovation in Science and Technology, Kuala Lumpur, Malaysia. Dicapai dari laman web <https://www.researchgate.net/publication/301024832>
- Zulkifli, A. (2002). Cabaran dakwah Islam di era siber. *Jurnal Usuluddin*, 15(1), 133-142.