



Cultural Adaptation: The Impact of Social Media Toward Uses and Gratification

Adaptasi Budaya: Kesan Media Sosial Ke Atas Kegunaan dan Kepuasan

Mohd Zuwairi Mat Saad¹, Mohd Hasren Yusuf²,

¹Pusat Pengajian Teknologi Multimedia dan Komunikasi,
Universiti Utara Malaysia, Sintok, 06010, MALAYSIA

²Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah,
Universiti Utara Malaysia, Sintok, 06010, MALAYSIA

DOI: <https://doi.org/10.30880/jts.2018.11.01.006>

Received 00 Month 2000; Accepted 01 Month 2000; Available online 30 June 2019

Abstract: The emergence of new media, the internet with various applications is used worldwide. It also alters the individual way of communicating and interacting with individuals with other individuals. With today's technological advances, interaction between individuals does not just use texts but interaction relationships become more interactive with the existence of some social media. Various social media exist online like Instagram, Facebook, and others. These social media users are of different ages and backgrounds. The phenomenon of overwhelming social media poses many effects on the use of the internet as a new media as a result of the development of the technology itself. Through Theory of Uses and Satisfaction, individuals who use certain media and certain media content to meet their needs behind specific goals. The effects include on human communication. The facilities available on social media enable an individual to communicate with other individuals without boundaries as well as sharing information, knowledge, making friendships and being a medium to entertain. In addition, social media is also a medium of cultural adaptation. Adaptation between new cultures involves the process of understanding through interactions so that demands of a new cultural environment can be fulfilled.

Keywords: communication, culture, social media, usability and satisfaction

Abstrak: Kemunculan media baru iaitu internet dengan pelbagai aplikasi digunakan di seluruh dunia. Hal ini turut mengubah cara individu dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan individu bersama individu yang lain. Dengan kemajuan teknologi kini, hubungan interaksi antara individu bukan sahaja menggunakan teks semata-mata malah hubungan interaksi menjadi lebih interaktif dengan wujudnya beberapa media sosial. Pelbagai media sosial wujud dalam talian seperti Instagram, Facebook, dan lain-lain lagi. Pengguna media sosial ini terdiri daripada pelbagai peringkat umur dan latar belakang. Fenomena limpahan media sosial ini menimbulkan pelbagai kesan ke atas penggunaan internet sebagai sebuah media baru hasil daripada wujudnya perkembangan teknologi itu sendiri. Menerusi Teori Kegunaan dan Kepuasan, individu yang menggunakan media tertentu dan kandungan media tertentu untuk memenuhi keperluan mereka di sebalik tujuan tertentu. Kesannya termasuklah ke atas komunikasi manusia. Kemudahan yang terdapat pada media sosial membolehkan seseorang individu berkomunikasi dengan individu yang lain tanpa sempadan di samping berkongsi maklumat, pengetahuan, mengadakan hubungan persahabatan dan dijadikan sebagai medium untuk berhibur. Selain itu, media sosial juga merupakan medium adaptasi budaya. Penyesuaian antara budaya baru melibatkan proses pemahaman melalui interaksi supaya tuntutan persekitaran budaya yang baru boleh dipenuhi.

Kata Kunci : komunikasi, antara budaya, media sosial, kegunaan dan kepuasan

1. Pengenalan

Globalisasi merupakan suatu perkataan yang diambil dari perkataan global yang bermaksud universal atau dalam kata lainnya membawa maksud menyeluruh. Lim Kim Hui dan Har Wai Mun (2007) dalam bukunya *Globalisasi, media, dan budaya: antara hegemoni barat dengan kebangkitan Asia* memberikan definisi globalisasi merupakan suatu proses integrasi global untuk membentuk masyarakat global melalui penyesuaian budaya, nilai dan bahasa serta menghubungkan unit-unit ekonomi politik dunia dalam satu jaringan sistem antarabangsa. Proses globalisasi melibatkan sokongan perkembangan teknologi dan kesanggupan penyerapan elemen baharu.

Proses globalisasi telah menjadikan dunia semakin kecil seperti mana metafora Marshall McLuhan (1964) yang mengatakan dunia sudah menjadi seolah-olah ‘perkampungan sejagat’. Satu perkara penting yang merealisasikan proses globalisasi ini adalah perkembangan teknologi komunikasi. Melalui jaringan sistem komunikasi seperti internet, telefon, ataupun media global, dunia telah “dikecilkan” melalui hubungan yang merentasi sempadan negara dilakukan dengan begitu mudah sekali (Samsudin A Rahim 2003). Teknologi komunikasi sentiasa mengalami perkembangan dan mengubah bentuk dan cara berkomunikasi antara individu. Pada awalnya media hanya berkembang dengan adanya media cetak, media elektronik. Akan tetapi, kini munculnya media baru.

Kemunculan media baru iaitu internet dengan pelbagai aplikasi digunakan di seluruh dunia. Hal ini turut mengubah cara individu dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama individu. Dengan kemajuan teknologi kini, hubungan interaksi antara individu bukan sahaja menggunakan teks semata-mata malah hubungan interaksi menjadi lebih interaktif dengan wujudnya beberapa media sosial. Pelbagai media sosial wujud dalam talian seperti Friendster pada awalnya, Facebook, Instagram dan pelbagai media sosial yang lain. Pengguna media sosial ini terdiri daripada pelbagai peringkat umur dan latar belakang.

Fenomena munculnya pelbagai jenis rangkaian media sosial ini menimbulkan berbagai impak ke atas penggunaan internet sebagai sebuah media baru dan kewujudan daripada perkembangan teknologi itu sendiri. Salah satu media sosial yang popular masa ini dan menjadi berbagai objek kajian dalam menganalisis impak internet ke atas kegunaan dan kepuasan masyarakat ialah media sosial Facebook. Generasi muda dan remaja ialah kumpulan khalayak yang banyak dijadikan sebagai subjek di dalam sebuah kajian yang berhubung kait dengan media sosial ini. Bagi generasi muda, kemudahan internet ialah satu revolusi dalam konteks kehidupan mereka.

Selain itu, generasi muda merupakan generasi yang disebut sebagai inovator dalam budaya media bukanlah sebuah trend masa kini kerana secara sejarahnya telah ditemukan bahawa mereka yang pertama dalam menerokai bentuk-bentuk media baru. Generasi muda menjadi pemimpin dalam mediatisasi budaya. Mereka berada pada barisan depan dalam menerokai teknologi media baru (Drotner 2000 & Brow 2000). Generasi muda terutamanya golongan remaja menjadi pengguna yang mendominasi rangkaian media sosial atas talian.

Justeru itu, kemunculan media baru iaitu internet dengan pelbagai aplikasi digunakan di seluruh dunia. Media sosial terutamanya, digunakan sebagai alat dalam adaptasi antara budaya. Komunikasi antara seseorang individu antara individu yang lain berlainan budaya memberi kesan terhadap penyesuaian budaya baru dari sudut pengumpulan maklumat dan komunikasi.

2. Media Sosial

Era globalisasi kini telah menyaksikan perkembangan pesat teknologi elektronik. Teknologi maklumat dan komunikasi (ICT), seperti media baru, yang termasuk media sosial, Skype, telefon bimbit, e-mel, permainan dalam talian, dan blog, secara drastik mengubah cara seseorang individu berkomunikasi, terutamanya dalam konteks komunikasi antara budaya. Media baru telah menjadikan masyarakat manusia lebih saling berhubung dan saling bergantung antara satu sama lain (Chen, 2012). Masyarakat seluruh dunia menggunakan media baru untuk berkomunikasi tanpa mengira waktu, ruang, dan tanpa batasan kaum dan agama. Internet bukan sahaja mempengaruhi perkembangan sosial dan ekonomi, tetapi juga menjadi sebahagian daripada komuniti rangkaian semasa (Loader & Dutton, 2012).

Media sosial merupakan platform baru hubungan komunikasi kini. Menurut Mayfield (2008) media sosial merupakan kumpulan atas talian yang mempunyai ciri-ciri seperti penglibatan, keterbukaan, perbualan, komuniti dan perhubungan. Interaksi sosial berlaku secara bebas dengan menghubungkan antara seseorang individu dengan individu yang lain secara atas talian dengan cepat dan senang dicapai. Sehingga kini, pengguna media sosial semakin meningkat. Berdasarkan laman web <https://www.statista.com> sehingga September 2018 pengguna media sosial paling tinggi penggunanya adalah Facebook iaitu hampir 2.27 bilion.

Kajian telah menunjukkan bahawa media sosial telah dianggap sebagai tempat untuk mendapatkan maklumat atau berita dari keluarga dan rakan-rakan (Holt, Shehata, Stromback, & Ljungberg (2013). Kajian-kajian terdahulu juga menunjukkan bahawa kebanyakan media sosial fungsinya melebihi saluran komunikasi massa tradisional, memudahkan pertukaran maklumat dengan kos yang lebih murah (Baym et al., 2012), menarik lebih ramai orang mengambil bahagian dalam komunikasi (Rainie, 2000), dan mengurangkan masa dan kekangan fizikal yang dihasilkan oleh komunikasi tradisional (Baym et al., 2012). Berbanding dengan komunikasi tradisional, media sosial menyediakan satu kaedah interaksi alternatif, yang membolehkan pengguna menghasilkan dan bertukar maklumat balas serta-merta dan membentangkan imej masyarakat yang lebih realistik (Ju, Jia, & Shoham, 2016).

Secara realistiknya mengapa masyarakat menggunakan media sosial? Menurut Teori Kegunaan dan Kepuasan, individu yang menggunakan media tertentu dan kandungan media tertentu untuk memenuhi keperluan mereka di sebalik tujuan tertentu (Katz, Haas, & Gurevitch, 1973). Berdasarkan buku *Theories of Human Communication* yang ditulis oleh Littlejohn (2002), teori ini pada awalnya mula diperkenalkan pada tahun 1940-an hasil daripada kajian Herzog (1944) dan Suchman (1949). Terdapat beberapa andaian dalam teori kegunaan dan kepuasan iaitu yang pertama, khalayak merupakan individu yang aktif iaitu mempunyai tujuan dan matlamat tertentu apabila mendedahkan diri kepada media. Kedua, dalam proses komunikasi massa, daya usaha untuk menentukan pemilihan media untuk memenuhi keperluan ditentukan oleh khalayak. Ketiga, media massa sedia bertanding dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan keperluan khalayak (McQuail dan Windahl, 1981).

Jika dilihat kepada andaian tersebut, dapat dikatakan bahawa pendekatan Teori Kegunaan dan Kepuasan ini memberikan alternatif untuk melihat hubungan antara isi kandungan media dengan khalayak. Menurut Samsudin (1993), pendekatan teori ini melihat kepada kategori isi kandungan media berdasarkan fungsi berbanding tahap cita rasa iaitu yang bermaksud bahawa individu akan menggunakan isi kandungan media untuk mendapatkan atau memenuhi sesuatu keperluan. Oleh itu, tingkah laku individu boleh dikatakan banyak dipengaruhi oleh keperluan dan minat seseorang individu, bukan semata-mata disebabkan oleh ciri isi kandungan media itu sendiri.

Antara beberapa kategori keperluan yang biasanya ingin dipenuhi oleh individu apabila mendedahkan diri kepada media ialah:

- i. Kepelbagaian iaitu untuk mengelakkan diri daripada keadaan yang biasa atau meluahkan perasaan
- ii. Hubungan peribadi iaitu keperluan maklumat untuk bahan perbualan dalam interaksi sosial atau menganggap media sebagai teman untuk berhibur
- iii. Identiti peribadi atau psikologi peribadi iaitu seperti pengukuhan nilai, memberikan jaminan diri, memahami diri, menerokai realiti hidup dan lain-lain
- iv. Risikan iaitu untuk mencari maklumat tentang sesuatu yang mungkin akan mempengaruhi diri atau membantu individu mencapai dan melakukan sesuatu

(McQuail et al. 1972)

Oleh itu, dapat dikatakan bahawa khalayak media bukan bersifat pasif. Kenyataan ini bererti bahawa andaian asas dalam peluru ajaib atau jarum suntikan tidak berlaku dalam dunia realiti. Pendekatan teori ini juga dikatakan mula diperkenalkan oleh Elihu Katz (1959) dalam artikel yang ditulisnya sebagai menolak dakwaan Bernard Berelson (1959) bahawa bidang penyelidikan komunikasi sudah 'mati' kerana semuanya telah dikaji.

Katz (1959) berkata, kajian-kajian seumpama ini khusus untuk menjawab soalan, "Apakah yang dilakukan media terhadap khalayaknya?". Kebanyakan daripada kajian ini menunjukkan bahawa komunikasi massa mempunyai kesan minimum dari segi memujuk individu. Oleh itu, pengkaji berubah kepada pembolehubah yang memberi lebih kesan iaitu pengaruh kumpulan. Sebagai gantinya dan juga untuk menyelamatkan bidang komunikasi, Katz mengajak pengkaji menjawab soalan "Apakah yang dilakukan oleh individu terhadap media".

Justeru itu, Katz (1959) juga menyebut beberapa kajian termasuk kajian yang dijalankan oleh Berelson (1965) yang berjudul *What Missing The Newspaper Means*. Kajian itu dilakukan semasa mogok surat khabar dan Berelson telah menemubual orang ramai tentang apa yang mereka rasa begitu kehilangan sekali. Responden memberikan sebab-sebab mereka menggunakan media seperti bersantai, berhibur, kedudukan sosial dan sebagainya.

Selain itu, Katz (1959) juga menyentuh beberapa kajian lain tentang kepuasan yang diperolehi daripada media massa termasuklah siri kajian yang dilakukan oleh Lazarsfeld dan Stanton (1942, 1944 dan 1949) dan kajian Suchman (1942). Selain itu, Blumer dan McQuail (1969) turut menggunakan pendekatan teori kegunaan dan kepuasan kehendak sebagai strategi penyelidikan umum ketika mengkaji pilihan raya umum Britain pada tahun 1964 dan mendapati bahawa sebab utama penonton menonton siaran politik pilihan raya ialah untuk memantau persekitaran politik.

Daripada andaian-andaian yang telah dibuat dalam Teori Kegunaan dan Kepuasan dapat disimpulkan bahawa teori ini amat sesuai untuk melihat kesan media sosial ke atas individu yang aktif iaitu khalayak itu sendiri mempunyai tujuan dan matlamat tertentu dalam komunikasi kemanusiaan dengan menggunakan dan mendedahkan diri kepada media terutamanya media sosial. Apabila mengkaji bagaimana dan mengapa individu menggunakan media baru dan bagaimana mereka memperoleh kepuasan setelah menggunakannya, maka adalah penting untuk melihat perkaitan diantara kajian yang telah dilakukan oleh para pengkaji mengenai kegunaan dan kepuasan. Terdapat juga beberapa kajian yang telah dilakukan mengenai media sosial dan juga kajian yang menggunakan Teori Kegunaan dan Kepuasan.

Pada awalnya Teori Kegunaan dan Kepuasan, para penyelidik hanya mengkaji program berasaskan realiti dalam usaha untuk memahami teori tersebut. Kajian berbentuk perbandingan dilakukan terhadap penonton. Sebagai contoh Nabi, Biely, Morgan dan Stitt (2003) mengkaji perbandingan psikologi penonton terhadap rancangan televisyen yang telah ditonton. Barton dan Raney (2002) menggunakan kedudukan teori ini untuk mengkaji hiburan secara visual. Oliver (1996) mengkaji tentang drama keganasan yang berasaskan pengembaraan bangsa. Eighmey dan McCord (1998) dalam kajian kegunaan dan kepuasan terhadap internet juga mendapati bahawa internet digunakan sebagai hiburan dan eksplorasi. Selain itu, pengkaji juga menemui dimensi baru penggunaan media yang berkaitan dengan interaktiviti internet termasuklah penglibatan peribadi dan menjalinkan hubungan yang berpanjangan.

Sejak kebelakangan ini, pendekatan kegunaan dan kepuasan telah diterokai dalam kajian media baru dan pembentukan teknologi komunikasi. Penggunaan televisyen dan perkembangan teknologi, isu penggunaan VCR (Rubin dan Bantz, 1989), televisyen kabel (Heeter dan Greenberg, 1985), dan penggunaan alat kawalan jauh (Perse dan Ferguson, 1993), telah diterokai. Tambahan, penyebaran populariti oleh internet (Charmey dan Greenberg, 2001), mengenai World Wide Web (Kaye, 1998), dan penggunaan e-mail (Dimmick, Kline dan Stafford, 2000) telah dikaji juga. Oleh itu, media sosial merupakan media terkini yang sesuai untuk dikaji kesannya.

3. Kegunaan Dan Kepuasan Serta Adaptasi Budaya Pelajar Antarabangsa

Selain daripada menggunakan media sosial untuk tujuan tertentu seperti berhibur dan mencari rakan baru, ia juga digunakan untuk proses mengadaptasi budaya baru. Adaptasi budaya merupakan satu proses iaitu seseorang individu mengadakan interaksi silang budaya sehingga menyebabkan kelakuan komunikatif mereka berubah bagi memudahkan pemahaman (Cai & Rodríguez, 1996).

Manakala bagi kegunaan dan kepuasan, McQuail et al. (1972) menyatakan bahawa terdapat empat perkara yang menyebabkan seseorang individu mendedahkan diri kepada media iaitu (i) mengelakkan diri daripada keadaan yang biasa atau meluahkan perasaan, (ii) keperluan maklumat atau media sebagai teman untuk berhibur, (iii) identiti peribadi atau psikologi peribadi, dan (iv) pencarian maklumat. Kajian yang dilakukan ini mengandaikan bahawa pelajar antarabangsa menggunakan media dalam proses adaptasi budaya sama ada berada di negara asal atau negara asing.

Zhu dan Krever (2017) menyatakan bahawa terdapat hubungan yang signifikan di antara penggunaan pelajar antarabangsa terhadap beberapa jenis media di negara asing dengan tahap penyesuaian budaya mereka. Park et al. (2014) juga menunjukkan bahawa pelajar antarabangsa yang menggunakan media sosial bersama individu negara asal cenderung tertekan dalam proses menyesuaikan diri di negara-negara tuan rumah. Kajian Rahman (2014), pelajar antarabangsa menggunakan media sosial boleh dikategorikan kepada empat kumpulan iaitu berhubung dengan rakan-rakan, berhubung dengan keluarga dan mencari rakan lama. Manakala pelajar antarabangsa berhubung dengan individu di negara asal mereka bagi memenuhi fungsi untuk berhubung dengan keluarga dan mencari kawan lama. Bagi memahami dengan lebih mendalam mengenai proses adaptasi budaya melalui media sosial, temu bual telah diadakan terhadap pelajar antarabangsa yang mengikuti pengajian di Universiti Utara Malaysia.

Seramai 20 orang pelajar antarabangsa yang berada di Malaysia telah temu bual. Berdasarkan jadual 1 menunjukkan bahawa terdapat lima negara berbeza iaitu China, Somalian, Yaman dan Indonesia dalam lingkungan umur 18 hingga 26 tahun. Manakala durasi pelajar antarabangsa yang tinggal di Malaysia adalah dari satu hingga 2 tahun.

Jadual 1
Penyertaan pelajar antarabangsa dari segi jantina, umur, tempoh tinggal di Malaysia

Jantina	Umur	Tempoh tinggal di Malaysia	Negara Asal
Lelaki : 15	18-20: 13	1-5 bulan	China: 9
Perempuan : 5	21-23: 5	6-10 bulan	Somalia: 4
	24-26: 2	1 tahun	Yaman: 5
		2 tahun ke atas	Indonesia: 1

Beberapa soalan temu bual protokol telah dibentuk melibatkan kegunaan dan kepuasan pelajar antarabangsa terhadap media sosial. Soalan pertama yang ditanya adalah mengenai penggunaan media sosial (jenis) dan kekerapan (jam) menggunakannya. Semua pelajar antarabangsa menyatakan bahawa mereka menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram. Bagi pelajar yang tidak dapat mengakses media sosial seperti yang dinyatakan, mereka menggunakan media sosial khas bagi negara mereka seperti di China. Kebanyakan pelajar China menggunakan media sosial seperti Baibu, Reddit, Quora dan Weibo untuk bersosial secara atas talian dan mendapatkan maklumat.

Hasil daripada temu bual juga menunjukkan bahawa pelajar antarabangsa menggunakan lebih daripada satu media sosial dalam satu-satu masa. Mereka menghabiskan masa dalam menggunakan media sosial dalam satu-satu masa selama satu hingga empat jam dan menggunakannya setiap hari.

Soalan turut ditanya apakah tujuan utama menggunakan media sosial. Kesemua pelajar menyatakan tujuan utama mereka menggunakan media sosial untuk menghubungkan mereka dengan rakan-rakan dan keluarga di negara asal. Terdapat juga pelajar menggunakan media sosial untuk berbincang mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pelajaran dengan membentuk kumpulan-kumpulan di media sosial. Malah terdapat pelajar yang menggunakan media sosial untuk berkongsi aktiviti harian mereka bersama rakan-rakan di media sosial.

Soalan seterusnya adalah mengenai penggunaan media sosial yang membolehkan pelajar antarabangsa mengetahui mengenai budaya Malaysia. Informan menyatakan bahawa mereka dapat mengetahui dengan lebih mendalam mengenai budaya Malaysia sebelum datang ke Malaysia. Informan turut menyatakan bahawa media sosial memberi manfaat kepada mereka dalam pencarian maklumat budaya baru. Makanan juga menjadi satu perkara penting bagi pelajar antarabangsa. Hal ini kerana makanan harian mereka di Negara asal adalah berbeza dengan Negara asing terutamanya

Malaysia. Oleh itu, mereka turut menggunakan media social untuk mencari maklumat mengenai makanan yang sesuai dalam penyesuaian budaya baru.

Informan kajian ini merupakan pelajar daripada negara yang tidak tahu menahu mengenai budaya Malaysia. Soalan seterusnya adalah mengenai penggunaan media sosial dalam pencarian maklumat mengenai budaya Malaysia di negara mereka sebelum datang ke Malaysia. Informan menyatakan bahawa mereka menggunakan media sosial berbanding media yang lain dalam mencari maklumat mengenai budaya Malaysia. Hal ini kerana terdapat banyak kumpulan-kumpulan dan 'pages' mengenai Malaysia. Maklumat-maklumat diperolehi daripada perkongsian melalui kumpulan-kumpulan yang dibentuk dan dikemas kini melalui 'pages' tersebut. Informan juga turut mencari rakan-rakan yang tinggal di Malaysia sebelum datang ke Malaysia.

- R1: *Ya. Saya selalu menggunakan media sosial seperti Baidu untuk mencari informasi mengenai budaya Malaysia*
- R2: *Ya. Saya menjadi pengikut kepada beberapa pages dan kumpulan yang melibatkan masyarakat Malaysia dan mencari rakan baru yang tinggal di Malaysia*
- R3: *Ya. Saya menggunakan Facebook untuk mengetahui budaya Malaysia terutamanya makanan seperti durian*
- R4: *Ya. Saya menghubungi senior saya yang berada di Malaysia*

Setelah mencari maklumat mengenai budaya Malaysia, pelajar antarabangsa akan membuat persediaan mengenai budaya baru yang bakal dihadapi. Soalan turut ditanya mengenai apakah cabaran yang dilalui setelah datang ke Malaysia dan bagaimana media sosial membantu mereka. Informan menyatakan bahawa mereka terkejut dengan cuti umum di Malaysia yang terlalu banyak. Kesannya, mereka mula mengetahui melalui media sosial bahawa Malaysia mempunyai kepelbagaian budaya dan merayakan setiap budaya mengikut tarikh-tarikh tertentu. Selain itu, informan turut menggunakan media sosial untuk mengetahui maklumat mengenai makanan di Malaysia yang boleh dimakan.

Hal ini kerana makanan di Malaysia tidak sama seperti negara asal. Melalui media sosial juga Informan mengatakan bahawa mereka dapat mengetahui sikap keterbukaan rakyat negara sendiri. Kebanyakan rakan-rakan berkongsi gambar di media sosial berada di tempat haram bagi mereka. Perkongsian sebegini memberi cabaran terhadap mereka mengenai pengekalan identiti asal mereka sendiri. Media sosial juga digunakan oleh informan untuk mempelajari bahasa Melayu dan memperkukuhkan Bahasa Inggeris mereka.

- R8: *Cabaran dalam menggunakan media sosial bagi saya adalah melihat sikap keterbukaan rakan-rakan Arab berada di kelab malam dan juga pub. Saya mengetahuinya kerana mereka berkongsi gambar di media sosial.*
- R20: *Cabaran saya ketika berada di Malaysia adalah mengenai makanan. Media sosial membantu saya dalam mencari jenis makanan yang bersesuaian dengan saya.*
- R7: *Malaysia mempunyai makanan yang berbeza dengan Yaman. Melalui media sosial saya mengetahui makanan yang boleh dimakan oleh saya.*
- R18: *Cabaran saya adalah mengenai bagaimana Malaysia mempunyai banyak cuti umum. Saya melakukan sedikit carian melalui media sosial dan saya memperoleh jawapannya iaitu Malaysia mempunyai banyak budaya yang berbeza dengan negara saya.*

Apabila ditanya mengenai kepuasan, adakah pelajar antarabangsa puas menggunakan media sosial untuk mengetahui mengenai sesuatu budaya. Informan menyatakan bahawa berasa puas apabila menggunakan media sosial dalam mengenali budaya Malaysia. Media sosial membantu mereka mengenali budaya baru dan dalam masa yang sama dapat mempelajari bagaimana cara meneruskan kehidupan di negara asing seperti Malaysia.

- R1: *Ya. Saya sangat berpuas hati menggunakan media sosial. Kerana saya dapat mempelajari mengenai budaya Malaysia*
- R2: *Ya. Saya berpuas hati. Saya dapat mencari kawan baru di media sosial yang berlainan budaya*
- R3: *Ya. Saya berpuas hati. Kerana saya dapat mengetahui mengenai sesuatu negara*
- R4: *Ya. Media sosial banyak membantu dalam mempelajari budaya Malaysia*

Akhir sekali turut ditanya mengenai pandangan pelajar antarabangsa mengenai pendapat mereka dalam penggunaan media sosial terhadap proses adaptasi budaya. Secara keseluruhannya informan menyatakan bahawa media sosial sangat berguna dalam adaptasi budaya pelajar-pelajar antarabangsa. Manfaat yang diperolehi adalah dari sudut positif dan negatif. Ia bergantung pada kegunaan pelajar itu sendiri dalam menggunakan media sosial sebagai medium komunikasi atau pencarian maklumat mengenai sesuatu budaya.

- R8: *Ia boleh digunakan dari sudut positif mahupun negatif dan semua bergantung pada penggunaannya*
- R9: *Pada pendapat saya media sosial sangat berguna jika digunakan untuk mengetahui sesuatu budaya baru*
- R18: *Bagi saya media sosial merupakan tempat untuk bertukar informasi mengenai budaya negara saya dan Malaysia*
- R14: *Secara rumusnya, saya mendapatkan informasi mengenai budaya daripada pengguna media sosial yang lain dan bertukar-tukar informasi mengenai budaya. Saya juga mempelajari budaya daripada rakan-rakan yang dikenali melalui media sosial*

Selain itu, terdapat informan yang menyatakan bahawa media sosial boleh dijadikan medium bertukar-tukar pendapat dan maklumat mengenai sesuatu budaya baru. Mendapatkan informasi budaya baru bagi pelajar antarabangsa dan berkongsi budaya sedia ada dengan rakan-rakan baru di Malaysia.

Secara rumusnya, melalui temu bual yang dijalankan terhadap pelajar antarabangsa mendapati bahawa proses adaptasi budaya menjadi lebih mudah dengan adanya media sosial. Pelajar antarabangsa terutamanya dapat mengetahui budaya baru sebelum mereka tiba di negara baru dengan tujuan tertentu. Rentetannya, mereka mendapat kepuasan hasil daripada penggunaan media sosial apabila maklumat yang dikehendaki diperoleh melalui media sosial.

4. Hala Tuju Dan Cabaran Media Sosial Dalam Proses Adaptasi Budaya

Media sosial sudah pasti mempunyai kelebihan dan kekurangan dalam penyampaian maklumat terutamanya apabila ia dikaitkan dengan adaptasi antara budaya. Media sosial bukan sahaja memudahkan komunikasi antara individu mengenai sesuatu budaya malah, memberikan kesan daripada aspek penyesuaian sesuatu budaya itu sendiri. Pengguna media sosial lebih gemar menggunakan media sosial tertentu dengan tujuan dan matlamat yang mempunyai kecenderungan untuk meningkatkan fahaman ke atas sesuatu budaya berbanding media lain. Pemilihan media sosial berdasarkan capaian di tempat asal jika pengguna ingin mengetahui budaya baru. Hal ini kerana terdapat kekangan daripada pemilihan media sosial itu sendiri apabila terdapat sesetengah Negara yang menyekat media sosial tertentu seperti Negara China, Iran dan Korea Utara.

Melalui penggunaan media sosial dalam komunikasi antara budaya, maklumat yang diperoleh adalah pada masa yang sebenar tanpa perlu bersemuka dan bersifat lebih interaktif.

Media sosial juga telah membuka dan memberi ruang kepada komunikasi global dengan lebih luas tanpa mengira sempadan dan melalui cara ini ia dapat menjimatkan masa. Melalui Internet dengan memfokuskan kepada media sosial apa sahaja maklumat atau informasi yang diperlukan boleh diperoleh jawapan dengan mudah dan cepat.

Apabila keberkesanan komunikasi berlaku ia dapat memudahkan lagi penyesuaian budaya. Hal ini kerana komunikasi yang berlaku secara atas talian boleh berlaku dalam apa jua keadaan dengan adanya capaian atau rangkaian internet. Kesannya komunikasi antara budaya berlaku tidak mementingkan fizikal dan tempat. Perasaan malu atau tidak yakin semasa berkomunikasi tidak lagi menjadi halangan dengan adanya media sosial. Selain itu, proses adaptasi budaya melalui media sosial juga menyokong terhadap penyesuaian budaya melalui komuniti yang diwujudkan di atas talian. Bagi komuniti-komuniti asal yang berada dalam budaya baru, sokongan perlu diperlukan supaya proses adaptasi menjadi lebih mudah dan tidak mengambil masa yang lama untuk menyesuaikan diri dengan budaya baru.

Walaupun sumbangan besar media sosial lebih memfokuskan kepada komunikasi yang berlaku antara individu, perkongsian idea dan maklumat mengenai sesuatu budaya juga turut berlaku tanpa mengira sempadan. Pengguna bebas melontarkan idea dan melakukan perkongsian maklumat sama ada secara terus daripada pengguna media sosial itu sendiri atau perkongsian informasi melalui pautan-pautan yang diambil daripada laman sesawang yang lain. Natiujahnya, menjadikan pengguna media sosial sebagai pengguna kaya dengan maklumat terhadap budaya sendiri atau budaya baru sebelum, semasa atau selepas proses adaptasi budaya berlaku.

Terdapat beberapa cabaran yang perlu dihadapi bagi pengguna-pengguna media sosial dalam adaptasi budaya. Pertama mengenai ketepatan maklumat yang disampaikan oleh individu kepada individu yang lain mengenai sesuatu budaya. Hal ini kerana, pengguna-pengguna media sosial terdiri daripada pelbagai latar belakang dan demografi. Informasi yang diberikan kadangkala adalah dari sumber yang tidak mempunyai autoriti dalam penyampaian maklumat. Sebagai pengguna pintar dan berinfo, maklumat-maklumat yang diberikan perlu melalui proses saringan tersendiri berdasarkan pemilihan dan membandingkan maklumat sedia ada dengan maklumat alternative daripada saluran lain seperti laman web dan sebagainya.

Cabaran yang kedua adalah mengenai perkongsian maklumat dalam bentuk teks mahupun gambar laman sosial tanpa saringan sebelum dimuat naik juga memberi kesan kepada pengguna lain yang menggunakan media sosial. Bagi pengguna yang memegang secara positif terhadap budaya asal sudah pasti memberi kejutan budaya apabila terdapat perbezaan mengenai budaya baru. Perkongsian maklumat tanpa had dan bebas memberi kesan kepada pengekal identity asal. Walau bagaimanapun ia berbalik kepada etika sesuatu budaya dan diri pengguna itu sendiri.

Pengguna sudah pasti menggunakan media sosial dalam kekerapan tertentu pada satu-satu masa. Bagi pengguna berat yang menggunakan media sosial lebih daripada empat jam semasa melayari media sosial dikategorikan sebagai

pengguna berat terutamanya golongan remaja. Hal ini menyebabkan ketagihan berlaku. Pengguna menghabiskan banyak masa di media sosial menyebabkan pemindahan berlaku terhadap fokus dan tumpuan dalam tugas-tugas tertentu. Secara tidak langsung ia juga menjejaskan kesihatan jasmani dan rohani.

5. PENUTUP

Fenomena global media sosial dalam talian memberi impak kepada pengguna Internet di Malaysia terutamanya Facebook. Disebabkan kemampuannya yang membolehkan hubungan komunikasi dalam kalangan pengguna tanpa batasan dan penyebaran maklumat secara global, media sosial digunakan dengan meluas oleh pelbagai kumpulan pengguna seperti ahli akademik, ahli politik, organisasi korporat, agensi kerajaan, pelajar dan sebagainya untuk pelbagai tujuan seperti perniagaan, pengajaran serta pembelajaran, komunikasi dan sebagainya.

Walaupun terdapat pelbagai media sosial atas talian, Facebook merupakan salah satu laman media sosial bersifat interaktif yang menjadi satu platform baru bagi khalayak untuk mengekspresikan diri mereka dan juga sebagai tempat untuk berinteraksi antara satu sama lain. Selain itu, media sosial juga memberi kepuasan kepada pengguna dalam hubungan persahabatan apabila jaringan persahabatan tersebut menjadi lebih luas dan bermakna dengan munculnya media sosial seperti Facebook ini.

Dengan adanya Facebook komunikasi pengguna bukan sahaja menjadi satu hala, malah dalam satu-satu masa pengguna boleh berinteraksi melebihi dari seorang bergantung kepada rakan yang ada dalam akaun Facebook. Secara tidak langsung ia menyokong kepada komunikasi kemanusiaan. Aktiviti menjadi lebih interaktif apabila rakan-rakan dapat melihat profil dan juga menghantar pesanan di dinding profil serta menghantar gambar kepada rakan menjadi salah satu corak komunikasi terkini. Facebook membolehkan pengguna membentuk profil dan melibatkan pengguna dalam kegiatan yang mencerminkan identiti mereka, dimana persahabatan, status hubungan dan ideologi tetap menjadi kunci kepada aspek pembentukan pengguna.

Rujukan

- Baym, N. K. (2006). Interpersonal life online. In L. A. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), *Handbook of New Media* (pp. 35-54). London: Sage Press.
- Baym, N., Campbell, S. W., Horst, H., Kalyanaraman, S., Oliver, M. B., Rothenbuhler, E., & Miller, K. (2012). Communication theory and research in the age of new media: A Conversation from the CM Café. *Communication Monographs*, 79(2), 256-267.
- Berelson, B. (1959). The state of communication research. *Public Opinion Quarterly*, 23:1-6.
- Charmey, T., & Greenberg, B. (2001). Uses and gratifications of the Internet. Dlm. C. Lin & D. Atkin (Eds.). *Communication, Technology and Society: New Media Adoption and Uses*, hlm. 383-406. Cresskill, NJ: Hampton.
- Chen, Guo-Ming. (2012). "The impact of new media on intercultural communication in global context." *China Media Research*, vol. 8, no. 2, 2012, pp. 1-10. <http://www.wwdw.chinamediaresearch.net/index.php/back-issues?id=54>.
- Dimmick, J., Kline, S., & Stafford, L. (2000). The gratification niches of personal e-mail and the telephone. *Communication Research*, 27(2):227-248.
- Drotner, K. (2000). Difference and diversity: trends in young Danes' media uses. *Media, Culture & Society*, 22(2), 149-166. <https://doi.org/10.1177/016344300022002002>
- Herzog, H. (1944). What do we really know about daytime serial listeners?. Dlm. P.F. Lazarsfeld (ed.). *Radio Research*, hlm. 2-23. London: Sage.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., & Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of news media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller?. *European Journal of Communication*, 28(1), 19-34.
- Ju, R., Jia, M., & Shoham, M. (2016). Online social connection: Exploring international students' use of new media in their adaptation process. *China Media Research*, 12(2), 76-90.
- Katz, E. (1959). Mass communication research and the study of the popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. *Studies in Public Communication*, 2: 1-6.

- Katz, K., Haas, H., & Gurevitch, M. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164-181.
- Kaye, B. K. (1998). Uses and gratifications of the World Wide Web: From couch potato to Web potato. *The New Jersey Journal of Communication*, 6(1):21-40.
- Loader, B. D., & Dutton, W. H. (2012). A Decade in Internet Time: The dynamics of the Internet and society. *Information, Communication and Society*, 15(5), 609-615.
- Lim, K. H., & Har, W. M. (2007). *Globalisasi, media, dan budaya: Antara hegemoni barat dengan kebangkitan Asia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of human communication, seventh edition*. Melbourne: Wadsworth Thomson Learning.
- Mayfield, A. (2008). What is social media?. 1st ed. [ebook] United Kingdom: iCrossing, p.5. Available at: http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*.
- McQuail, D., J. Blumler & R. Brown. (1972). The television audience: a revised perspective. Dlm. D. McQuail (ed.). *Sociology of Mass Communication*. London: Longman.
- McQuail, D., Windahl, S. 1981. *Communication Models for The Study of Mass Communications*. London: Longman.
- Park, N., Song, H., Lee, K.,M. (2014). Social networking sites and other media use, acculturation stress, and psychological well-being among East Asian college students in the United States. *Computers in Human Behavior*, 36, 138–146.
- Perse, E. M., & Ferguson, D. A. (1993). The impact of the newer technologies on television satisfaction. *Journalism Quarterly*, 70(4):843–853.
- Rahman N. (2014). The usage and online behavior of social networking sites among international students in New Zealand. *The Journal of Social Media in Society*, 3(2), 65-81.
- Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Rubin, A. M. (1985). Uses of daytime television soap operas by college students. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 29(3):241–258.
- Samsudin A Rahim. (1993). *Komunikasi Asas*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Statista - The Statistics Portal. (n.d.). Retrieved Oktober 02, 2018, from <https://www.statista.com/statistic-portal/>
- Suchman, E. (1942). An invitation to music. Dlm. Lazarsfeld and F. N. Stanton (Eds). *Radio research*. New York: Duell, Sloan and Pearce.
- Zhu, P., & Krever, R. (2017). Media use and cultural adaptation by foreign students in Chinese universities. *Journal of Media & Cultural Studies*, 31 (2), 307-324