

Pengaruh Media Baru dan Penglibatan Politik Belia

Nursyahida Zulkifli^{1*}, Siti Khadijah Omar², Nor Farizah Johari³, Muhammad Syafiq Hassan⁴, Mohamad Rahimi Mohamad Rosman⁵

^{1,3,4}Faculty of Administrative Science & Policy Studies
Universiti Teknologi Mara UiTM Cawangan Kelantan, Machang, 18500, Malaysia

²Academy of Language Studies,
Universiti Teknologi Mara UiTM Cawangan Kelantan, Machang, 18500, Malaysia

⁵Faculty of Information Management
Universiti Teknologi Mara UiTM Cawangan Kelantan, Machang, 18500, Malaysia

*nursy6299@uitm.edu.my

DOI: <https://doi.org/10.30880/ahcs.2021.02.02.007>

Received 07 September 2021; Accepted 25 November 2021; Available online 31 December 2021

Abstrak: Peranan teknologi telah mengubah kehidupan rakyat Malaysia terutamanya golongan muda yang dikatakan begitu berdamping dengan teknologi iaitu internet. Media baru adalah salah satu medium yang berfungsi untuk mempengaruhi dan mendidik masyarakat yang mampu memberi impak kepada senario politik negara. Sejak pilihan raya ke 10 lagi di Malaysia, penggunaan internet dalam penglibatan politik sudah bermula. Belia dilihat sebagai pengguna internet yang paling ramai sekali berbanding golongan lain. Golongan ini cepat dalam menggunakan kemudahan internet kerana sifatnya yang pantas dalam mengakses kepada maklumat terkini. Berbeza dengan media tradisional seperti televisyen, radio dan surat khabar, media baharu dilihat sebagai satu medium mendapatkan maklumat yang amat pantas dan lambakan maklumat dilihat mampu mengubah corak pemikiran dan perlakuan belia. Justeru, kajian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan internet dan media baharu dan penglibatan politik secara online dalam kalangan belia. Kaedah persampelan rawak melibatkan 126 responden yang merupakan pelajar Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) berumur di antara 18 hingga 23 tahun. Dapatan kajian menunjukkan belia aktif dalam menggunakan media baru untuk tujuan berinteraksi antara satu sama lain dan juga belia aktif dalam penglibatan politik secara online. Walaubagaimanapun, kajian pada masa hadapan boleh meluaskan had umur belia dan juga lokaliti supaya dapat mempelbagaikan dapatan kajian yang boleh membantu pihak yang bertanggungjawab.

Kata kunci: Media Baru, Penglibatan Politik, Belia, Mahasiswa, Penggunaan Media Baru, Media Sosial.

Abstract: The role of technology has changed the lives of Malaysians, especially the young who are said to be so close to technology, namely the internet. The new media is one of the mediums that serves to influence and educate the community that is able to make an impact on the country's political scenario. Since the 10th general election in Malaysia, the use of the internet in political involvement has begun. Youths are seen as the most numerous internet users compared to other groups. This group is fast in using internet facilities due to its fast nature in accessing the latest information. In contrast to traditional media such as television, radio and newspapers, new media is seen as a medium to obtain information very quickly and the dumping of information is seen to be able to change the thought patterns and behavior of youth. Thus, this study aims to examine the use of the internet and new media and online political involvement among youth. The random sampling method involved 126 respondents who were students of Public Institutions of Higher Learning (IPTA) aged between 18 to 23 years. The findings of the study show that youths are active in using new media for the purpose of interacting with each other and also youths are active in online political involvement. However, future research can expand the age limit of youth and also locality in order to diversify the findings of the study that can help those responsible.

Keywords: New Media, Political Involvement, Youth, Students, Use of New Media, Social Media.

1. Pengenalan

Media pada masa kini boleh dikategorikan kepada dua, iaitu media tradisional (televisyen, radio, akhbar dan lain-lain) serta media baharu (internet) [1]. Kegagalan media tradisional untuk menyampaikan maklumat yang telus dan tidak berat sebelah telah menyebabkan kemunculan media baru seperti internet dan blog sebagai saluran baru kepada masyarakat untuk terus menegakkan nilai-nilai demokrasi yang ideal [2]. Media baru merujuk kepada apa-apa maklumat atau medium yang boleh diakses dengan menggunakan internet. Media baru didefinisikan sebagai wacana penyampaian maklumat dengan cara yang lebih moden dan terkini di mana ianya melibatkan forum-forum, blog-blog yang mudah difahami dan ditulis oleh penyampai maklumat yang bebas mengkritik dan menyampaikan pandangan secara terang-terangan tanpa beralas mahupun yang bersifat lebih sentimental mengutarakan maklumat secara molek dan lunak.

Belia merupakan golongan muda yang mempunyai ciri-ciri dan sifat tertentu. Seksyen 2 Akta Pertubuhan dan Pembangunan Belia 2007 mentafsirkan belia sebagai seseorang yang berumur tidak kurang daripada 15 dan tidak lebih daripada 40 tahun. Berlainan pula dengan tafsiran dari Persatuan Bangsa-Bangsa Bersatu (PBB) yang menyatakan umur belia sebagai golongan yang berumur di antara 15 hingga 24 tahun. Makanya, belia terdiri daripada individu yang berumur dalam lingkungan umur antara 15-40 tahun di Malaysia. Walau bagaimanapun, tafsiran bagi umur belia adalah berbeza-beza mengikut negara. Umur golongan belia mengikut aspek politik di Malaysia merupakan umur antara 21 tahun hingga 40 tahun. Hal ini disebabkan rakyat Malaysia yang berumur 21 tahun ke atas layak melibatkan diri dalam politik dengan mendaftar sebagai pengundi. Golongan belia lazimnya menjadi golongan majoriti dalam sesebuah negara. Di Malaysia, kira-kira 60 peratus penduduknya pada hari ini berada dalam lingkungan umur antara 15 tahun hingga 30 tahun, ini merupakan satu ciri umum dalam kebanyakan negara yang sedang membangun.

Belia adalah golongan yang penting dalam menggerakkan politik negara kerana mereka merupakan pelapis yang akan meneruskan kepimpinan negara pada masa hadapan. Oleh hal yang demikian, pendidikan adalah komponen yang penting untuk meningkatkan pengetahuan politik dalam kalangan belia. Menurut Ahmed dan Muzaffar [53], belia adalah bakal pemimpin yang seharusnya mempunyai pengetahuan mengenai politik supaya mereka bertindak balas terhadap senario politik sesebuah negara dan seterusnya melibatkan diri dalam politik. Namun mutakhir ini, wujud beberapa dakwaan penglibatan politik dalam kalangan belia semakin menurun di kebanyakan negara demokrasi termasuk

Malaysia. Penglibatan politik belia semakin merosot dan perlu dipandang serius oleh pihak yang terlibat. Peratusan pengundian yang rendah yang dilaporkan oleh media negara luar seperti Eropah amat membimbangkan. Hal ini bukan sahaja berlaku di negara Eropah tetapi juga di Malaysia [3]. Tambahan juga, Sinar Harian [4] melaporkan seramai 4.2 juta rakyat Malaysia yang berusia 21 tahun dan ke atas masih belum mendaftar sebagai pengundi. SPR (2018) melaporkan meskipun peratusan pengundian pada Pilihan Raya Umum 15 yang lepas ialah 80 peratus tetapi peratusan belia yang membuang undi masih lagi rendah iaitu 60 peratus. Hal ini menunjukkan perkembangan yang kurang memberangsangkan mengenai daftar pemilih dan perlu dipandang serius memandangkan kerajaan telah menurun had mengundi kepada 18 tahun. Suruhanjaya Pilihan Raya Malaysia (SPR) menjangkakan pertambahan pengundi sehingga 8 juta yang dikategorikan sebagai pengundi muda [4].

Oleh hal yang demikian, penglibatan politik yang matang dalam kalangan belia amat penting bagi memastikan kelangsungan politik pada masa hadapan. Penglibatan dan pengetahuan politik penting bagi memastikan rakyat khususnya belia mempunyai pengetahuan am dalam membentuk rakyat yang bertanggungjawab kepada negara [52]. Oleh itu, fokus utama kajian ini adalah penggunaan media baru dalam penglibatan politik dalam kalangan belia di Malaysia. Kajian ini bertujuan untuk melihat hubungan di antara penggunaan media baru dan penglibatan politik secara *online* dalam kalangan belia.

Bagi mencapai objektif kajian ini, satu tinjauan menggunakan borang soal selidik telah digunakan sebagai instrumen kajian yang melibatkan belia sebuah Institusi Pengajian Tinggi Awam (IPTA) di Kelantan yang berumur antara 18 hingga 40 tahun. Kaedah persampelan rawak berdasarkan persampelan bukan kebarangkalian iaitu persampelan bertujuan bagi pemilihan responden bagi kajian ini. Kajian ini memfokuskan kepada tiga (3) kategori responden iaitu responden yang layak mengundi (samada pernah atau bakal mengundi dalam pilihan raya), responden yang terdedah dengan penggunaan media baru dalam aktiviti seharian, dan fokus pada golongan belia dalam lingkungan umur di antara 18 hingga 40 tahun sahaja. Kajian ini diambil dan disesuaikan daripada kajian lepas iaitu Akmal and Salman (2015) dan diubah mengikut konteks mahasiswa sebagaimana yang disyorkan oleh penyelidik bagi kajian hadapan.

2. Media Baru

Perkembangan bentuk komunikasi selaras dengan perkembangan pesat komunikasi global. Komunikasi bertindak sebagai agen penyebaran maklumat samada melalui media cetak, media elektronik dan seterusnya media digital. Menurut Akmal dan Salman [5], akses internet menerusi media baru seperti blog, Facebook, Twitter, dan Youtube memberi kebebasan untuk bertukar dan menyuarakan pendapat tanpa sebarang halangan dan semua orang bebas untuk menghantar mesej pandangan, berkongsi maklumat serta menyokong pendapat mereka. Jelas disini dengan bantuan internet, media baru terus berkembang dan digunakan secara meluas oleh rakyat.

Tidak dapat dinafikan, pada era modenisasi ini, media baru telah mendapat banyak perhatian dalam dunia penyelidikan bagi kalangan penyelidik dan ahli akademik seantero dunia. Media baru adalah antara bidang kajian yang terkini untuk dikaji oleh para penyelidik kerana secara amnya, media baru dilihat lebih dominan berbanding media lama. Walaupun menjadi fenomena terkini dan terdapat banyak kajian telah dijalankan, tiada definisi standard yang diguna pakai sebagai dasar untuk mengukur maksud media baru. Pelbagai definisi, istilah dan takrifan tentang media baru telah diperkenalkan oleh para penyelidik lepas. Sebahagian kajian lepas [6][7][8][9][10][11][12][13][14] menyatakan media baru merupakan media yang terdiri daripada pelbagai jenis teknologi baru dan boleh dicapai oleh pengguna *streaming*. Menurut Siti Ezaleila dan Azizah Hamzah [15], media baru boleh didefinisikan sebagai “media baharu yang baharu” hasil dari perkembangan rangkaian komunikasi serta gabungan teknologi komputer dan maklumat yang menjadi pengganti kepada media lama atau media tradisional seperti emel dan laman web.

Pada masa yang sama, kajian yang dijalankan oleh Friedman dan Friedman [16] menunjukkan bahawa media baru merujuk kepada Web 2.0 yang merangkumi pelbagai teknologi komunikasi yang berkaitan dengan internet seperti blogs, wikipedia, rangkaian sosial dalam talian, alam maya dan juga

pelbagai bentuk media sosial seperti *Youtube, Tiktok, Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram*. Bagi Gitelman dan Pingree [17], media baru bermaksud media dalam peralihan di mana istilah ini digunakan untuk menunjukkan perbezaan jangka masa antara media lama dan media baru. Dalam erti kata lain, penyelidik dan pengkaji media baru mempercayai bahawa media baru yang muncul pada akhir abad ke-20 ini merupakan teknologi komunikasi media yang lebih dominan dalam membawa perubahan atau reformasi dan mulai menggantikan media lama. Manakala, Lievrouw dan Livingstone [18] dalam kajian mereka mencadangkan takrifan terhadap media baru harus dilihat dari perspektif yang berbeza iaitu dengan memberi fokus kepada mesej komunikasi, teknologi (medium) dan juga konteks sosial.

Berdasarkan kajian yang telah dijalankan oleh Chen [19] dan Meijer [20] media baru dianggap sebagai baru bukan kerana perkembangan rangkaian internet atau menjadi pengganti kepada media lama, tetapi kerana fungsi terkini yang memberi kebebasan yang lebih luas kepada individu dalam meneroka dan berkongsi maklumat. Oleh hal yang demikian, penting bagi penyelidik untuk mengkaji media baru dari sudut perspektif lain iaitu dengan meneliti ciri-ciri khas media baru. Terdapat beberapa kajian [21][22][23] yang membincangkan ciri-ciri media baru. Berdasarkan analisis kajian-kajian lepas, ciri-ciri yang membuatkan internet berbeza dari bentuk komunikasi yang lain kerana adanya penggunaan multimedia, *hypertextual*, dispersal, *virtuality*, dan *interactivity* yang menjadikan isi kandungan yang disebarkan lebih kaya kerana gabungan teks, audio, video, gambar, animasi dan lain-lain. Media baru juga mempunyai kriteria lain seperti *synchronicity*. Ciri-ciri media baru ini membenarkan individu berinteraksi serta berkomunikasi tidak mengira masa dan lokasi geografi. Fungsi-fungsi yang lebih maju ini bukan sahaja membenarkan masyarakat untuk menjalankan aktiviti komunikasi dengan lebih pantas tetapi masyarakat juga dapat berinteraksi dengan skala yang lebih besar. Jelaslah bahawa, media baru memainkan peranan yang penting sebagai instrumen komunikasi di dalam kehidupan seharian masyarakat.

Beberapa dekad yang lalu menyaksikan penumpuan kebanyakan kajian-kajian lepas [24][25][26][27][28] lebih kepada meneroka dan membincangkan tentang latar belakang, dasar, proses, kriteria, konsep dan jenis-jenis media baru. Namun begitu, seiring dengan perkembangan pesat teknologi komunikasi pada masa kini, terdapat banyak kajian [29][30][31][32][33][34][35] yang menjalankan kajian bagi meneliti media baru sebagai medium penyebaran maklumat politik. Hasil kajian-kajian ini mengesahkan bahawa media baru terbukti memainkan peranan yang penting sebagai instrumen menyebarkan aktiviti politik dalam kalangan masyarakat. Bukan itu sahaja, malah hasil dapatan kajian-kajian ini juga memperlihatkan kebanyakan responden menunjukkan peratusan kepuasan yang tinggi dan persepsi yang positif terhadap penggunaan media baru sebagai saluran penyebaran maklumat politik.

Pandangan ini disokong oleh Fatimah Akmal and Ali Salman [36] yang menjalankan kajian untuk mengenal pasti implikasi penggunaan media baru terhadap politik di Malaysia. Bagi mencapai objektif kajian, pengkaji ini menggunakan pendekatan kuantitatif terhadap 993 responden bagi menentukan pola penggunaan media baru dalam mendapatkan informasi politik. Hasil dapatan menunjukkan majoriti daripada responden bersetuju bahawa media baru menyumbang dan berperanan sebagai medium penyebaran maklumat politik. Dapatan kajian ini selari dengan Umaimah Wahid [37] dimana beliau menyimpulkan bahawa media baru merupakan saluran terbaru dan terkini bagi penyampaian informasi politik sesuai dengan ciri-cirinya yang terbuka dan interaktif.

Selain daripada itu, terdapat juga sebilangan pengkaji dan penyelidik [38][39][40][41][42][43][44] yang telah menjalankan kajian tentang penggunaan media baru sebagai saluran informasi berkenaan politik dalam kelompok belia. Kajian-kajian lepas ini menekankan tentang faedah, manfaat dan kelebihan media baru dalam penglibatan politik dalam kalangan belia. Hasil-hasil penyelidikan ini selari dengan kajian yang dijalankan oleh Ahi Sarok dan Azura Shahira Azahar [45] yang mengkaji 500 responden belia di Kuching, Sarawak tentang impak penggunaan media sosial terhadap politik. Hasil dapatan menunjukkan golongan belia selesa menggunakan media baru seperti Facebook, Twitter dan Instagram sebagai sumber maklumat mengenai berita politik. Selain daripada itu, responden kajian ini juga menyatakan portal berita dalam talian seperti Malaysiakini, Malaysia Today, Sarawakvoice dan

Sarawakiana juga menjadi antara salah satu sumber dalam penyaluran maklumat mengenai aktiviti politik.

Hasil dapatan kajian ini juga menyokong kajian yang dijalankan oleh Fatimah Akmal dan Ali Salman [35] yang meneliti penggunaan media baru terhadap penyertaan politik dalam kalangan belia secara *online* dan *offline* dan hasil dapatan menunjukkan belia lebih optimistik dan yakin dengan maklumat yang diperolehi daripada media baru berbanding media tradisional. Pengkaji kajian ini mendakwa, dapatan kajian mereka sepadan dengan Junaidi Awang Besar et al. [2] di mana kebanyakan golongan belia cenderung dengan maklumat yang diperolehi dari media baru kerana ciri-cirinya yang ringkas, pantas dan jelas. Oleh itu, tidak dapat dipertikaikan bahawa media baru bukan sahaja memainkan peranan yang penting bagi memenuhi keperluan dan kehendak harian malah bermanfaat sebagai instrumen penyampaian maklumat politik di dalam kehidupan seharian golongan belia.

2.1. Media baru dan penglibatan politik di kalangan belia

Malaysia baru-baru ini telah meluluskan rang undang-undang untuk menurunkan had umur mengundi dari 21 ke 18 tahun. Hal ini sudah tentu kerana kerajaan merasakan suara dan peranan belia dalam politik tidak boleh diabaikan lagi. Meskipun, pelaksanaannya masih belum efektif, sedikit sebanyak, persediaan ke arah itu perlulah bergerak segera. Belia sudah banyak belajar sendiri tentang politik melalui media-media baharu yang kaya dengan informasi-informasi berkenaan politik. Kemudahan teknologi maklumat (KTM) memberi kesan langsung kepada penglibatan politik di kalangan belia. Belia merupakan golongan yang paling cepat menyerap perubahan yang dibawa oleh teknologi dan mengaplikasi kemudahan teknologi maklumat (KTM) dalam kehidupan seharian.

Belia merupakan antara golongan yang dikatakan bakal menjadi pelapis kepada tampuk pemerintahan negara. Maka, penglibatan golongan ini dalam politik negara memberi impak yang besar kepada negara. Menyentuh tentang bagaimana cara belia melibatkan diri dalam politik negara, golongan ini biasanya pakar dan sentiasa berkait rapat dengan penggunaan media baru dan hal ini menyebabkan belia mempunyai suara dalam berpolitik walaupun belum mencapai umur dewasa iaitu 18, walaupun kekurangan dari segi kemampuan kewangan atau mungkin walaupun bukan bergelar warganegara [39]. Kerana media baru, belia lebih cepat dan lebih mampu terlibat dalam politik. Pada kebiasaannya, belia menggunakan media untuk 4 perkara berikut iaitu; menyebarkan maklumat, berkolaborasi, membangunkan kandungan; dan juga untuk berkomunikasi [39]. Bekas Ketua Pengarah Jabatan Hal Ehwal Khas (JASA) pernah mengeluarkan kenyataan bahawa golongan belia merupakan aset penting kepada kerajaan dan juga pembangkang dalam memenangi Pilihanraya Umum ke-13. Terkini, Kesatuan Telekomunikasi Antarabangsa Bangsa-Bangsa Bersatu (ITU) meletakkan Malaysia sebagai negara yang mempunyai warga digital tertinggi di dunia dengan 13.4 peratus atau lebih daripada 3.9 juta penduduk Malaysia merupakan warga digital (Berita Harian, 1 Jun 2021). Warga digital atau '*digital natives*' ini mengikut definisi PBB ialah golongan muda yang berumur di antara 15 hingga 24 tahun, yang menggunakan internet secara aktif sekurang-kurangnya 5 tahun (Ucapan Perdana Menteri, 1 Jun 2021). Jika dilihat dari umur ini, jelaslah warga digital merujuk kepada golongan belia.

Kajian tentang hubungan media digital atau media baru dan penglibatan politik sudah bermula sejak tahun 1990 lagi. Antara media baru yang popular di kalangan belia adalah media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*, *Youtube* dan sebagainya. Di Malaysia, penggunaan media baharu dalam aspek politik semakin meluas terutamanya selepas Pilihanraya Umum ke-10 [51]. Di Malaysia, perkembangan penggunaan internet telah berlaku dengan pesatnya ketika zaman pemerintahan Tun Dr Mahathir Mohamad di mana Koridor Raya Multimedia (MSC) telah dibina sebagai pemangkin kepada kemudahan internet negara dan beliau juga telah berjanji untuk tidak menyekat penggunaan internet yang telah membuka ruang demokrasi dalam rangkaian internet di Malaysia sehingga kini [5]. Penggunaan internet untuk mendapatkan maklumat menjadi lebih berleluasa dengan kemunculan *Facebook* kerana sifatnya yang lebih pantas walaupun kesahihan maklumat yang disediakan belum dipastikan lagi.

Politik bermaksud proses pembentukan keputusan yang melibatkan orang ramai seperti yang didefinisikan oleh Harold D Laswell (1936) iaitu politik adalah persaingan menentukan siapa mendapat apa, bila dan bagaimana. Secara ringkasnya politik adalah ilmu tentang kenegaraan, bagaimana negara ditadbir dan secara tidak langsung, bagaimana kuasa diperolehi oleh kerajaan pemerintah. Peranan rakyat dalam pemerintahan negara juga amatlah signifikan kerana tanpa rakyat, tidak wujudlah sesebuah negara. Penglibatan rakyat dalam politik adalah penting untuk mencorakkan hala tuju negara. Penglibatan atau penyertaan politik boleh didefinisikan sebagai aktiviti-aktiviti yang bersifat politik apabila rakyat cuba untuk melaksanakan sesuatu usaha bagi tujuan mempengaruhi segala proses dalam pembuatan sesuatu polisi oleh pihak kerajaan yang memerintah [48].

Hasil kajian di kalangan belia yang berumur antara 18 hingga 40 tahun menunjukkan minat terhadap politik sebagai faktor utama belia melibatkan diri dalam politik (44%). Faktor minat terhadap politik ini mungkin disebabkan oleh pengaruh media sosial pada hari ini kerana golongan belia lebih terdedah dengan akses kepada internet berbanding dengan golongan yang lain. Di Malaysia, peningkatan kadar penggunaan internet setiap tahun banyak dikuasai oleh golongan belia. Golongan belia mempunyai akses mudah kepada internet dan golongan ini adalah golongan yang paling kerap menggunakan media baharu. Media baharu juga lebih bersifat bebas, menawarkan perbincangan yang lebih meluas dan terbuka jika dibandingkan dengan media tradisional.

Mengupas bagaimana belia menggunakan media baharu untuk terlibat dalam politik, satu kajian melibatkan golongan ini di Selangor, Malaysia mengesahkan bahawa belia menggunakan akhbar dalam talian untuk memperoleh berita dan maklumat politik [1]. Dalam satu kajian lain yang lebih terdahulu, golongan belia didapati lebih gemar menggunakan media atas talian untuk menyampaikan pendapat seperti menyertai kumpulan perbincangan yang mengupas isu-isu semasa melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan blog [5]. Menurut satu kajian di kalangan belia Cina di bandar, disimpulkan bahawa aplikasi ruang siber melalui penggunaan media alternatif seperti blog, emel, Youtube, Facebook dan Twitter telah memperluas ruang bersuara masyarakat dan secara tidak langsung meningkatkan partisipasi politik pengundi.

Dari kajian-kajian lepas, dapat disimpulkan bahawa golongan belia adalah golongan yang paling terikat dengan dunia pendigitalan sehingga dikategorikan sebagai warga digital oleh Persatuan Bangsa-Bangsa Bersatu dan Malaysia diperakui mempunyai peratusan warga digital tertinggi di dunia. Golongan belia hari ini telah lahir dan membesar pada zaman internet dan keupayaan teknologi maklumat negara sedang berkembang pesat. Belia lebih selesa dalam menggunakan media baharu berbanding media tradisional dan merupakan pengguna yang lebih arif jika dibandingkan dengan golongan-golongan lain. Media baharu yang disokong oleh kemudahan internet ini telah digunakan oleh belia dalam segenap aspek kehidupan dan aktiviti golongan belia hari ini. Hal ini termasuk dalam aspek politik golongan ini. Belia menggunakan media baharu seperti media sosial untuk mendapatkan maklumat politik dan hal ehwal semasa negara dan perkara ini termasuklah menyuarakan pandangan dan pendapat mereka secara di alam maya. Ciri-ciri media baharu yang lebih cepat, mudah diakses, tiada batasan dan lebih terbuka merupakan antara faktor-faktor yang menarik golongan belia untuk terus menggunakannya.

3. Hasil Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Sampel kajian meliputi belia yang berumur di antara 18 hingga 23 tahun dan merupakan pelajar institusi pengajian tinggi awam. Azizan (1995) menyatakan definisi belia adalah seorang individu yang berusia dalam lingkungan 15 hingga 40 tahun dan Malaysia juga menggunakan definisi ini. Definisi belia adalah meluas namun pemilihan responden mengikut konteks politik dan pilihan raya Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) selaras dengan penurunan had umur mengundi daripada 21 kepada 18 tahun (www.spr.gov.my). Kaedah persampelan secara rawak iaitu persampelan bertujuan digunakan dalam pemilihan responden bagi kajian ini. Ciri-ciri responden yang diambil kira bagi kajian ini adalah belia yang layak mengundi mengikut kelayakan terkini yang telah diluluskan oleh kerajaan

iaitu 18 tahun, responden yang menggunakan media baru dalam aktiviti harian mereka, dan kajian ini hanya memfokuskan kepada peringkat umur responden dalam lingkungan umur di antara 18 hingga 23 tahun.

3.1. Profil demografi responden

Seramai 126 orang responden telah menjawab soal selidik untuk kajian ini. Semua responden kajian ini adalah pelajar IPTA dan berbangsa Melayu (100 peratus). Peratusan tertinggi iaitu seramai 110 orang iaitu 87.3 peratus adalah perempuan dan selebihnya 16 orang (12.7 peratus) adalah lelaki. Hasil kajian mendapati responden terbahagi kepada tiga (3) kategori umur iaitu 20-21 tahun merupakan kategori responden yang paling tinggi dalam kajian ini iaitu seramai 68 orang (54 peratus). Bagi kategori responden 20-21 tahun, majoriti responden adalah berumur 20 tahun iaitu seramai 55 orang. Seterusnya, diikuti oleh responden yang berumur antara 18-19 tahun iaitu 52 orang (41.3 peratus) dan 22-23 tahun iaitu seramai 6 orang (4.7 peratus).

Berdasarkan negeri atau tempat tinggal didapati 75 peratus responden adalah dari Negeri Kelantan yang melibatkan beberapa daerah iaitu Bachok, Gua Musang, Jeli, Pasir Puteh, Pasir Mas, Machang, Tanah Merah, Tumpat, dan Kota Bharu. Manakala responden dari Negeri Terengganu adalah 32 peratus, dan Perak adalah sebanyak 19 peratus.

3.2. Akses penggunaan internet

Dapatan kajian mendapati kebanyakan responden menggunakan telefon pintar untuk mengakses internet iaitu 96 peratus, diikuti oleh komputer riba (60.6%) dan desktop (9.4%) sebagai peranti untuk mengakses internet. Selain itu juga, kajian mendapati bahawa seramai 40.5 peratus responden tidak mempunyai langganan internet iaitu seramai 51 orang. Manakala langganan internet data mudah alih mencatatkan peratusan lebih tinggi iaitu 94.4 peratus mewakili 119 orang dan selebihnya iaitu 5.6 peratus tidak mempunyai langganan internet data mudah alih. Jadual 1 menunjukkan dapatan kajian yang menyeluruh mengenai akses penggunaan internet dalam kalangan responden.

Jadual 1: Akses Penggunaan Internet

		Bilangan	Peratusan (%)
Peranti Akses Internet	Komputer Riba	77	60.6
	Telefon Pintar	123	96.9
	Desktop	12	9.4
Langganan Internet di Rumah	Ada	75	59.5
	Tiada	51	40.5
Langganan Internet Data Mudah Alih	Ada	119	94.4
	Tiada	7	5.6
Langganan Internet	Kurang daripada 1 tahun	76	60.3
	1-2 tahun	17	13.5
	3-4 tahun	13	10.3
	Lebih daripada 5 tahun	20	15.9
Penggunaan Internet Dalam Masa Sehari	Kurang daripada 3 jam	4	3.1
	3 hingga 5 jam	22	17.3
	6 hingga 10 jam	61	48.0
	11 hingga 20 jam	28	22.0
	Lebih daripada 20 jam	12	9.4

Selain itu juga, jadual 1 menunjukkan peratusan tertinggi tempoh langganan internet adalah 60.3 peratus dimana langganan internet kurang daripada setahun, diikuti penggunaan internet lebih daripada 5 tahun iaitu 15.9 peratus dan selebihnya antara 1 hingga 2 tahun (13.5%) dan antara 3 hingga 4 tahun (10.3%). Pengkaji juga melihat purata penggunaan internet responden dalam masa sehari. Kajian mendapati kebanyakan responden meluangkan masa melayari internet dalam masa sehari adalah antara

6 hingga 10 jam iaitu 48 peratus, 22 peratus adalah antara 11 hingga 20 jam dan penggunaan internet lebih daripada 20 jam merupakan peratusan terendah iaitu 9.4 peratus.

3.3. Penggunaan mengikut jenis media baru

Pengkaji juga mengukur tahap penggunaan mengikut jenis media baru dalam kalangan belia. Tahap penggunaan media baru terbahagi kepada dua iaitu media baru menerusi aplikasi telefon (WhatsApp, Instagram, Tiktok, Facebook) pintar dan juga laman web rangkaian sosial (Google, Blog).

Jadual 2: Purata Penggunaan Mengikut Jenis Media Baru

Jenis Media Baru	Nilai Min	Sisihan Piawai
WhatsApp	4.63	.795
Google	4.07	.974
Instagram	3.63	1.131
Youtube	3.57	1.120
Tiktok	3.01	1.564
Twitter	2.86	1.438
Facebook	2.76	1.100
Blog	1.68	.922
WeChat	1.22	.747

Jadual 2 menunjukkan skor min pada setiap item dalam tahap penggunaan mengikut jenis media baru. Dapatan kajian mendapati jenis saluran media baru yang kerap digunakan adalah Whatsapp, Google diikuti Instagram, Youtube, Tiktok, Twitter dan Facebook. Bagaimanapun terdapat 2 item memperoleh skala rendah di bawah angka 2 iaitu Blog dan WeChat. Media baru yang paling banyak diakses oleh responden adalah aplikasi telefon pintar iaitu WhatsApp di mana skor min yang 4.63 manakala sisihan piawai ialah .795. Diikuti, aplikasi Google yang memiliki nilai min 4.07 dan dapatan nilai sisihan piawai ialah .974. Blog dan aplikasi WeChat merupakan media baru yang mencatatkan penggunaan yang rendah iaitu masing-masing mencatatkan nilai min dan sisihan piawai adalah 1.68 dan .922 dan 1.22 dan .747.

3.4. Penggunaan Media Baru

Kajian ini juga untuk mengetahui bentuk penggunaan media baru. Jadual 3 menunjukkan hasil dapatan yang diperoleh daripada penggunaan media baru dapat dirumuskan bahawa purata min adalah antara 2.56 hingga 3.95.

Jadual 3: Penggunaan Media Baru

Jenis Media Baru	Nilai Min	Sisihan Piawai
Interaksi media sosial	3.95	1.234
Membaca akhbar online	2.64	1.102
Melayari media online (TV/Radio)	2.56	1.213
Muat turun perisian lagu/filem	2.86	1.256
Permainan	2.71	1.425
Hiburan (Filem/Drama)	3.70	1.236
Belian dalam talian	3.42	1.282
Membaca bahan ilmu online	3.37	1.089
Membaca blog untuk informasi politik	2.59	1.215

Penggunaan media baru untuk interaksi sosial seperti menerusi Facebook, Whatsapp, Youtube, Instagram, dan sebagainya memiliki skor yang paling tinggi dengan mencatatkan nilai min 3.95 dan sisihan piawai 1.234. Diikuti dengan hiburan seperti menonton filem atau drama dengan nilai min yang diperoleh adalah 3.70 dan sisihan piawai 1.236. Seterusnya, belian dalam talian mendapat nilai min 3.42 dan sisihan piawai 1.282 dan membaca bahan ilmu online memperoleh nilai min 3.37 dan sisihan

piawai 1.089. Penggunaan media baru untuk melayari media online seperti menonton siaran TV atau radio mencatatkan peratusan rendah dengan nilai min 2.56 dan sisihan piawai 1.213 dan membaca blog untuk informasi politik dengan nilai min 2.59 dan sisihan piawai 1.215.

3.5. Penglibatan Politik Media Baru (Online)

Jadual 4 mencatatkan hasil dapatan kajian penglibatan politik belia secara online. Hasil kajian mendapati skor min yang paling tinggi adalah responden lebih mempercayai pada maklumat daripada media baru berbanding media tradisional dengan nilai min 4.59 dan sisihan piawai 1.718. Seterusnya, berkongsi maklumat politik dengan orang lain atau kenalan di media sosial dengan memuat naik status di platform sosial media dengan nilai min 4.09 dan sisihan piawai 1.52. Manakala, berkomunikasi secara dalam talian bersama ahli politik memperoleh nilai min yang paling rendah iaitu 1.86 dan sisihan piawai 1.647.

Jadual 4: Penglibatan Politik Media Baru (Online)

Jenis Media Baru	Nilai Min	Sisihan Piawai
Lebih percaya pada maklumat di media baru berbanding media tradisional	4.59	1.718
Berkongsi maklumat politik dengan orang lain atau kenalan di media sosial (memuat naik status)	4.09	1.520
Aktif mencari maklumat politik di media baru	3.78	1.205
Menyertai diskusi kumpulan (group) politik di media baru	3.62	1.904
Menonton klip video politik di Youtube	3.59	1.410
Mengikuti perkembangan pemimpin di Twitter	3.45	1.596
Berinteraksi dengan kenalan online mengenai isu politik	3.26	1.542
Mengikuti perkembangan pemimpin di Facebook	3.14	1.313
Mengutarakan pendapat politik di ruang komen	2.96	1.549
Berkomunikasi secara dalam talian bersama ahli politik	1.86	1.647

3.6. Penglibatan Politik (Offline)

Selain daripada mengkaji penglibatan politik secara online di media baru dalam kalangan belia, pengkaji juga mengkaji bentuk penglibatan politik belia secara offline.

Jadual 5: Penglibatan Politik (Offline)

Jenis Media Baru	Nilai Min	Sisihan Piawai
Berbincang mengenai politik bersama rakan apabila berkumpul	4.60	1.498
Membuat keputusan undi calon berdasarkan pengaruh keluarga	3.83	1.453
Keluar bersama kenalan dalam talian untuk diskusi politik	3.75	1.704
Menyertai sukarelawan yang berorientasi politik	3.75	1.308
Membuat keputusan undi calon berdasarkan pengaruh rakan	3.67	1.18
Menghadiri kempen pilihan raya oleh parti politik	3.60	1.938
Menandatangani petisyen politik	3.32	1.753
Menyertai organisasi politik sebagai ahli	3.28	2.048
Aktif berkempen untuk organisasi politik	3.17	1.652
Menghadiri forum perbincangan politik	3.16	1.322
Menderma/Menyumbang untuk perkara berorientasikan politik	3.15	1.626
Menyertai demonstrasi/perarakan politik	3.04	2.009
Membuat keputusan undi calon berdasarkan media baru	2.15	1.713

Merujuk kepada jadual 5, skor nilai min yang tertinggi adalah responden berbincang mengenai isu politik bersama rakan apabila berjumpa atau berkumpul dengan nilai min 4.60 dan sisihan piawai 1.498, diikuti membuat keputusan undi calon berdasarkan pengaruh keluarga memperoleh nilai min 3.83 dan

sisihan piawai 1.453 dan bagi menyertai sukarelawan yang berorientasikan politik dengan nilai min 3.75 dan sisihan piawai 1.308. Menyertai demonstrasi atau perarakan politik memperoleh nilai min 3.04 dan sisihan piawai 2.009 dan membuat keputusan undi calon berdasarkan media baru memperoleh skor min yang paling rendah iaitu 2.15 dan sisihan piawai 1.713. Secara keseluruhannya, purata min ($M=2.15$) hingga ($M=4.60$).

4. Perbincangan

Penglibatan politik dikalangan belia agak ketara akhir-akhir ini apabila melihat kepada senario politik negara yang tidak stabil. Selain itu, kebanyakan belia mengambil tahu isu-isu semasa berkaitan politik kebanyakannya melalui media baru seperti facebook, twitter, google dan juga sebagainya. Ini selari dengan perkembangan teknologi dan juga internet yg mana telah memudahkan lagi pencarian maklumat serta perkongsian maklumat. Kewujudan internet telah mengubah cara penyebaran maklumat, memperluaskan capaian, membuka peluang bagi hubungan yang lebih luas dan mewujudkan ruang baru untuk masyarakat berkomunikasi dan menyampaikan pandangan mereka berkaitan isu-isu yang melibatkan kepentingan umum [46]. Menurut Akmal dan Salman [5] Aplikasi ruang siber seperti blog, laman web, forum siber, e-mail, Facebook, dan Twitter, Youtube dapat memperluas ruang bersuara sekali gus meningkatkan partisipasi, mobilisasi sosial dan demokrasi.

Melihat kepada analisis data yang diperolehi dari kajian ini, dari segi akses penggunaan internet kebanyakan responden menggunakan kemudahan telefon pintar sebagai medium utama untuk mengakses internet iaitu sebanyak 96 peratus, ini jelas kerana penggunaan telefon pintar secara meluas oleh belia di Malaysia. Hasim, Lee Kuok Tiung and Mohd Safar [47] menyatakan pada amnya berkait rapat dengan populariti smartphone (telefon pintar) dalam kalangan rakyat Malaysia dan kemudahan akses Internet yang mudah diperolehi. Kemunculan saluran media alternatif ini bukan sahaja mengubah corak penghantaran dan pengaliran maklumat, malah mencetuskan penyebaran pendapat awam secara meluas. Telefon pintar juga merupakan keperluan utama dikalangan belia sebagai medium komunikasi semasa. Jadi tidak hairan lah apabila para belia menggunakan telefon pintar dalam mendapatkan maklumat, Dato' Sri Dr. Mohd Uzir Mahidin [48], Ketua Perangkawan Malaysia berkata, "Peratusan capaian isi rumah kepada internet menunjukkan peningkatan kepada 91.7 peratus pada 2020 berbanding 90.1 peratus pada 2019. Capaian oleh isi rumah terhadap telefon bimbit dan komputer juga masing-masing meningkat kepada 98.6 peratus dan 77.6 peratus pada 2020." Selain itu, medium lain yang digunakan seperti komputer riba 60.6 peratus dan desktop paling sedikit iaitu 9.4 peratus.

Dari segi kesediaan internet juga dilihat melalui kajian ini apabila sebanyak 40.5 peratus responden iaitu 51 orang tidak mempunyai langganan internet di rumah, walaubagaimanapun sebanyak 94.4 peratus iaitu 119 orang melanggan internet data mudah alih dan selebihnya tidak mempunyai langganan internet data mudah alih. Penggunaan data mudah alih atau langganan secara Prepaid memudahkan lagi para belia mempunyai data internet dengan harga yang berpatutan. Secara tidak langsung ini menggalakkan lagi penggunaan internet secara meluas di kalangan belia, ia seterusnya membantu mereka untuk mendapatkan maklumat dari hujung jari dengan mudah. Hasim et al. [47] menyatakan ledakan maklumat terutamanya daripada media elektronik bermula dengan pengenalan radio, televisyen dan seterusnya kemunculan internet telah menambah seri mediaskap di Malaysia. Dari segi penggunaan internet sehari di kalangan belia kebanyakannya dalam lingkungan 6 hingga 10 jam iaitu 48 peratus dari keseluruhan dan sebahagian kecil meluangkan masa menggunakan internet lebih daripada 20 jam mewakili 9.4 persen dari keseluruhan responden. Ini secara tidak langsung menunjukkan kebergantungan belia dengan internet dalam melakukan aktiviti harian mereka termasuklah mencari maklumat.

Kajian juga dilakukan untuk melihat jenis media baru yang digunakan oleh belia yang mana dibahagikan kepada dua jenis iaitu media baru melalui telefon pintar seperti WhatsApp, Instagram, Tiktok, Facebook dan kedua iaitu laman web rangkaian sosial seperti Google dan Blog. Akmal dan Salman [5] menyatakan aplikasi ruang siber seperti blog, laman web, forum siber, e-mail, Facebook, dan Twitter, Youtube dapat memperluas ruang bersuara sekali gus meningkatkan partisipasi, mobilisasi sosial dan demokrasi. Dengan pengenalan pelbagai media baru ini secara tidak langsung memudahkan lagi maklumat sampai kepada belia, ini kerana belia masa kini sangat bergantung kepada internet dalam

mencari apa sahaja berita atau maklumat. Secara keseluruhannya Whatsapp merupakan aplikasi yang paling popular di ikuti google, Instagram, Youtube, Tiktok, Twitter dan Facebook. Walaubagaima pon dua lagi item merupakan yang paling kurang popular iaitu Blog dan Wechat. Berdasarkan laporan Bernama [49] memetik Laporan *The Digital News Report 2017* mendapati pengguna internet di Malaysia mencatatkan penggunaan aplikasi WhatsApp terbanyak di dunia iaitu 51 peratus bagi mendapatkan maklumat dan berkongsi cerita. Jadi tidak hairan lah kadar penggunaan Whatapps adalah tinggi.

Seterusnya, kajian juga melihat kepada penggunaan media baru, apakah tujuan penggunaan media baharu ini. Dari dapatan yang diperolehi penggunaan media baru bagi interaksi sosial di dominasi oleh penggunaan Facebook diikuti Whatsapp, Youtube, Instagram dan sebagainya mencatatkan penggunaan yang banyak dikalangan belia. Hiburan seperti menonton filem dan juga drama agak sederhana, menonton siaran TV atau radio mencatatkan peratusan terendah dikalangan media baru dalam mendapatkan informasi. Jika dilihat Facebook merupakan platform yang sangat popular dikalangan belia oleh kerana ia bukan sahaja untuk berhubung dengan rakan-rakan, tetapi ia juga merupakan platform yang digunakan dalam meluahkan pendapat serta bertukar-tukar pendapat serta maklumat diantara mereka. Kajian mengenai internet dan politik di Malaysia dapat ditelusuri sejak tahun 1990-an, khususnya sejak dari pilihan raya umum 1999 [1]. Ia memperlihatkan perubahan yang signifikan terhadap cara berkempen bagi memenangi pilihan raya yang diadakan. Parti politik mula menggunakan media ini untuk mendekati pemilih dan berkomunikasi dengan pengundi. Ramai ahli politik menggunakan media baru sebagai platform bagi mendekati para belia untuk menarik minat mereka terlibat dengan politik.

Junaidi Awang Besar et al. [2] mengatakan mengenai persepsi pengundi belia dan beliau mendapati belia lebih cenderung untuk mempercayai sumber maklumat daripada Internet atau blog berbanding medium maklumat lain. Ini selari dengan kajian mengenai penglibatan politik belia secara online dimana hasil dari dapatan yang di terima menunjukkan responden lebih mempercayai maklumat daripada media baharu berbanding media tradisional. Ini menunjukkan bahawa belia melihat platform media baru sebagai sumber maklumat yang utama, ini kerana dalam mendapatkan maklumat menggunakan media baru lebih mudah dan pantas. Keduanya, berkongsi maklumat politik dengan orang lain atau kenalan di media sosial dengan memuat naik status di platform sosial media dan yang paling rendah adalah berkomunikasi secara dalam talian dengan ahli politik. Jika dilihat belia menggunakan media baru sebagai alat untuk mendapatkan maklumat berkaitan politik dan juga isu semasa, internet menjadi platform utama bagi mendapatkan maklumat politik dengan banyak laman web dan kumpulan perbincangan dalam talian ditubuhkan untuk menyebarkan maklumat berkaitan politik [50].

Terakhirnya kajian melihat kepada bentuk penglibatan politik belia secara offline, dimana secara offline para belia lebih banyak berbincang mengenai isu politik secara berhadapan dengan rakan-rakan apabila mereka berkumpul. Ini diikuti oleh membuat keputusan undi calon berdasarkan pengaruh keluarga sendiri. Tetapi membuat keputusan undi calon berdasarkan media baru adalah paling rendah dikalangan item yang dikaji. Berbincangan secara offline berlaku apabila mereka telah mendapat maklumat melalui media baru secara online, ini merancakkan lagi perbincangan dikalangan belia apabila mereka berjumpa secara bersemuka untuk meluahkan pendapat kepada rakan-rakan. Keadaan ini seterusnya mengalakkan lagi peryertaan belia didalam politik apabila mereka merasakan pendapat mereka penting didalam menentukan masa hadapan politik dan negara.

5. Kesimpulan

Kajian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengenalpasti penggunaan internet dan media baharu dalam kalangan belia dan penglibatan politik belia dalam kalangan belia sama ada secara atas talian (*online*) atau di luar talian (*offline*). Untuk menjawab persoalan kajian, kaedah persampelan secara

rawak telah dilaksanakan. Hasil dapatan kajian dianalisa menggunakan perisian Pakej Statistik untuk Sains Sosial (SPSS) versi 26. Hasil dapatan dipersembahkan secara deskriptif sahaja dengan menggunakan peratusan, nilai min, sisihan piawai, serta bilangan. Secara keseluruhan, penggunaan media baru dikalangan belia bolehlah dianggap sederhana (berdasarkan purata nilai min 3.09), di mana jenis media baru yang paling popular di kalangan belia adalah berinteraksi melalui media sosial (purata nilai min 3.95), diikuti dengan media yang berkonsepkan hiburan seperti filem dan drama (purata nilai min 3.70). Melihat kepada konsep penglibatan politik media baru pula, kajian mendapati kebolehpercayaan belia terhadap maklumat di media baru adalah lebih tinggi berbanding dengan maklumat yang disampaikan melalui media tradisional. Ini menunjukkan kebergantungan yang ketara terhadap media sosial baru dan kajian ini juga membuktikan impak media baru terhadap belia dan politik perlu diberi penekanan yang lebih.

Secara keseluruhan, kajian yang dijalankan berjaya mencapai objektif yang disasarkan pada awal kajian. Walau bagaimanapun, terdapat beberapa limitasi kajian yang boleh diperbaiki pada masa hadapan. Pertama, kajian ini hanyalah melibatkan responden yang terhad iaitu belia berumur diantara 18-23 tahun sahaja dan merupakan pelajar IPTA. Kajian pada masa hadapan disarankan untuk melibatkan responden dalam lingkungan yang lebih besar dan tidak terhad kepada sampel yang kecil sahaja. Kedua, data yang dipaparkan hanya bersifat deskriptif sahaja menggunakan peratusan, bilangan, nilai min, dan sisihan piawai. Kajian pada masa hadapan dicadangkan untuk melihat kepada konteks yang lebih bersifat statistik inferensi untuk mendapatkan data yang lebih terperinci serta hubungan yang ada diantara pembolehubah seperti penggunaan ujian *ANOVA* atau *Independent Sample T-Test*.

Penghargaan

Penulis mengucapkan jutaan terima kasih kepada Pusat Pengajian Umum dan Kokurikulum, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM) atas sokongan sehingga penulisan ini dapat diterbitkan.

Rujukan

- [1] Marshelayanti Razali, & Nafisah Ilham. (2021). Media baharu dan aktiviti politik belia Melayu di Selangor. *Journal of Social Science*, 7(1), 45–54.
- [2] Junaidi Awang Besar., Mohd Fuad Mat Jali., Yahaya Ibrahim., Abdul Halim Sidek., Jeniri Amir, Rosmadi Fauzi., & Novel Lyndon. (2012). Persepsi politik pengundi belia Melayu pasca pilihanraya umum (PRU) 2008 di Malaysia. *Jurnal Melayu* (9): 191-214.
- [3] O'Toole, T., Marsh, D., & Jones, S. (2003). Political literacy cuts both ways: The politics of non-participation among young people. *Political Quarterly*, 74(3), 349–360. <https://doi.org/10.1111/1467-923x.00544>
- [4] Sinar Harian. (2020, September 9). 4.2 juta rakyat malaysia belum daftar sebagai pengundi. Berita-Nasional. <https://www.sinarharian.com.my/article/100343/BERITA/Nasional/42-juta-rakyat-Malaysia-belum-daftar-sebagai-pengundi>
- [5] Akmal, F., & Salman, A. (2015). Youth online political participation through new media information democracy space. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 31(1), 81–100. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2015-3101-05>
- [6] Dizard, W. Jr. (2000). *Old media new media, mass communication in the information age*. New York: Longman.
- [7] Dorina, G. (2007). *New media*. Tritonic: București.

- [8] Flew, T. (2004). *New media: An introduction*. Victoria: Oxford University Press.
- [9] Levinson, P. (2009). *New new media*. New York: Pearson.
- [10] Haythornthwaite, C., & Kazmer, M. M. (2004). *Learning, culture and community in online education: Research and practice*. New York: Peter Lang.
- [11] McQuail, D. (2001). *Mass communication theory*. London: Sage.
- [12] Meadows, M. S. (2008). *I, Avatar: The culture and consequences of having a second live*. California: New Riders.
- [13] Nioleta, C. (2008). *The impact of new media on society*.
https://www.researchgate.net/publication/215489586_The_impact_of_new_media_on_society
- [14] Sanchez, J. (2009). *Implementing second life: Ideas, challenges, and innovations*. US: ALATech Source.
- [15] Siti Ezaileila Mustafa., & Azizah Hamzah. (2011). Media Baru yang baru: Trend penggunaan jaringan sosial dalam kalangan pengguna di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 13(2), 93-110.
- [16] Friedman, L. W., & Friedman, H. H. (2008). The new media technologies: Overview and research framework. *SSRN Electronic Journal*, 1556-5068.
- [17] Gitelman, L., & Pingree, G. B. (2003). *What's new about new media?* Cambridge, MA: MIT Press.
- [18] Lievrouw, L., & Livingstone, S. (2002). *The handbook of new media*. London: Sage
- [19] Chen, Guo-Ming. (2012). The impact of new media on intercultural communication in global context. *China Media Research*, 8(2): 1-10.
- [20] Meijer, A. (2012). Co-production in an information age: Individual and community engagement supported by new media. *Voluntas*, 23, 1156–1172.
- [21] Chen, G. M., & Zhang, K. (2010). New media and cultural identity in the global society. In R. Taiwo (Ed.), *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction* (pp. 801-815).
- [22] Flew, T. (2005). *New media*. New York: Oxford University Press.
- [23] Lister, N., Dovery, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: A critical introduction*. New York: Routledge.
- [24] Abrar Ana Nadhya. (2003). *Teknologi komunikasi: Perseptif ilmu komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- [25] Kubiszewski, I., Noordewier, T., & Costanza, R. (2011). Perceived credibility of Internet encyclopedias. *Computers & Education*, 56(3), 659-667.

- [26] McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory*. Fifth Edition London. SAGE Publications Ltd.
- [27] Ward, I. (1995). *Politics of the media*. Melbourne: Mac Milan.
- [28] Ikpa, E. H., & Olisa, F. P. (2010). The era of new media technologies and the challenges of media relations practice in Nigeria. *J. Communication, 1*(2), 59-68
- [29] Ezhar Tamam., & Md. Salleh Hassan. (2015). *Online and social media for political participation among young adults*. Kangar: Penerbit Universiti Malaysia Perlis.
- [30] Himelboim, I., Lariscy, R. W., Tinkham, S. F., & Sweetser, K. D. (2012): Social media and online political communication: The role of interpersonal informational trust and openness. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 56*(1), 92-115.
- [31] 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.
- [32] Nilson, B., & Carlsson, E. (2013). Swedish politicians and new media: Democracy, identity and populism in a digital discourse. *New Media & Society, 0*(0), 1-17.
- [33] Pepinsky, T. B. (2013). The new media and Malaysia politics in historical perspective. *Contemporary Southeast Asia, 35*(1), 83-103.
- [34] Towner, T. L. (2013). All political participation is socially networked? New media and the 2012 election. *Social Sciences Computer Review, 31*(5), 527-541.
- [35] Tabroni, R. (2012). Etika komunikasi politik dalam ruang media massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 10*(2), 105-116.
- [36] Fatimah Akmal., & Ali Salman. (2015). Partisipasi politik belia secara 'online' melalui ruang demokrasi maklumat. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 31*(1), 81-100. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2015-3101-0580/713663755>
- [37] Umaimah Wahid. (2016). *Komunikasi politik; Teori, konsep dan aplikasi di era media baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [38] Bakker, T. P., & Vreese, C. H. (2011). Good news for the future? Young people, internet use, and political participation. *Communication Research, 38*(4), 451-470.
- [39] Kahne, J., Middaugh, E., & Allen, D. (2014). *Youth, new media, and the rise of participatory politics*. Oakland: Youth and Participatory Politics Research Network.
- [40] Maamari, B. E., & Zein, H. E. (2014). The impact of social media on the political interests of the youth in Lebanon at the wake of the Arab spring. *Social Science Computer Review, 32*(4), 496-505.
- [41] Mohd Sufiean Hassan., Maizatul Haizan Mahbob., & Siti Nurshahidah Sah Allam. (2020). Analisis psikometrik literasi media baharu dan pemantapan integriti penyertaan politik golongan muda. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 36*(2), 143-166.

- [42] Mohd Ezril Mohd. (2018). *Pengaruh kebergantungan golongan belia terhadap media sosial bagi tujuan politik, pengetahuan politik dan perubahan budaya politik di DUN Kajang, Selangor, Malaysia*.
- [43] Vadrevu, S. & Lim, S. S. (2012). Youth, politics and social media in Southeast Asia: Trends, events and implications. *Panorama: Insights into Asian and European Affairs*, 19- 28.
- [44] Yamamoto, M., & Kushin, M. J. (2014). More harm than good? Online media use and political disaffection among college students in the 2008 election. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3), 430-445.
- [45] Ahi Sarok & Azura Shahira Azahar. (2017). Political participant through social media among youth in Sarawak. *Malaysian Journal of Youth Studies*, 16, 142-162.
- [46] Ramos, C. T. (2019). Chapter 2 From the Freedom of the Press to the Freedom of the Internet: A New Public Sphere in the Making? Politics and Technology in the Post-Truth Era, 9–22. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-983-620191002>
- [47] Hasim, L. K. T. & M. S. (2016). Artikulasi Isu-isu Sejarah dalam Media Massa di Malaysia. *JEBAT : Malaysian Journal of History, Politics and Strategic Studies*, 43(1), 0–0.
- [48] Department of Statistics, M. (2021). *Media Statement ICT Use and Access by Individuals and Household 2020. April 3*. https://www.dosm.gov.my/v1/uploads/files/5_Gallery/2_Media/4_Stats%40media/4-Press_Statement/2021/20210412-Kenyataan_Media-Penggunaan_dan_Capaian_ICT_oleh_Individu_dan_Isi_Rumah_2020.pdf
- [49] Bernama (2017). *rakyat-malaysia-pengguna-aplikasi-whatsapp-terbanyak-dunia-salleh-154981 @ www.astroawani.com*. (n.d.). <https://www.astroawani.com/gaya-hidup/rakyat-malaysia-pengguna-aplikasi-whatsapp-terbanyak-dunia-salleh-154981>
- [50] Ali Salman., Mohammad Agus Yusoff., Mohd Azul Mohamad Salleh., & Mohd Yusof Hj Abdullah. (2018). Penggunaan media sosial untuk sokongan politik di Malaysia. *Journal Nusantara Studies*, 3(1), 51-63. <http://dx.doi.org/10.24200/jonus.vol3iss1pp51-63>
- [51] Mohamad, M., Nafisah, R. & Hussin, I., Pengajian, J., & Karakter, P. (2021). Media baharu dan aktiviti politik belia Melayu di Selangor New media and political activities among Malay youth in Selangor. *EDUCATUM-Journal of Social Science (EJOSS)*, 7(1), 45–54. <https://doi.org/10.37134/ejoss.vol7.1.5.2021>
- [52] Mohd Arshad, M. R., & Mohd Salleh, N. (2018). Refusal of Youth to Vote in Shah Alam, Selangor, Malaysia. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(4.15), 248. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.15.22999>
- [53] Ahmed, Z., & Muzaffar, M. (2015). *Comparing the Level of Political Awareness among the Students of Social and Natural Sciences: a Case Study of Public Sector Universities in Pakistan. January*.