

DUNIA DIGITAL POLITIK MALAYSIA: SUATU TINJAUAN AWAL TERHADAP PERKEMBANGAN POLITIK MALAYSIA MELALUI MEDIA DIGITAL

*(THE DIGITAL WORLD OF MALAYSIAN POLITICS: PRELIMINARY
SURVEY OF MALAYSIA'S POLITICAL DEVELOPMENT THROUGH
DIGITAL MEDIA)*

**Ahmad Rizal Mohd Yusof, Junaidi Awang Besar
& Muhammad Najit Sukemi**

Abstrak

Media digital menjadi platform utama bagi masyarakat mendapatkan maklumat dan berinteraksi secara maya. Aplikasi dalam media digital seperti media sosial, laman web, blog dan sebagainya menjadi ruang utama untuk pelbagai pihak berkongsi berita, pandangan dan respons terhadap isu semasa terutamanya yang berkaitan dengan politik. Perkembangan politik di Malaysia terlalu dinamik sehinggakan masyarakat bergantung sepenuhnya kepada media dan kandungannya. Peranan dan fungsi media telah digunakan oleh kebanyakan parti politik dan impaknya telah menyumbangkan kemenangan mereka pada Pilihanraya Umum Malaysia ke-14. Kewujudan komuniti elektronik yang prihatin terhadap isu-isu politik secara tidak langsung telah membuka ruang untuk kajian memerhatikan secara terperinci aktor yang terlibat dalam media digital serta sentiment yang ditunjukkan oleh mereka. Dengan menggunakan pendekatan secara kualitatif, kajian ini berjaya mengumpul data yang berkaitan dengan komuniti elektronik di Malaysia serta sentimen yang ditunjukkan oleh mereka berdasarkan kepada respons terhadap isu politik semasa. Dalam masa yang sama, teori modernization telah berjaya mengukuhkan pandangan kajian bahawa media dan kandungannya menjadi keperluan utama bagi komuniti elektronik berinteraksi dan berkomunikasi secara maya dan hal ini secara tidak langsung membentuk institusi sosial yang kukuh di alam siber. Kebergantungan komuniti elektronik terhadap media digital dan kandungannya menjadi suatu alasan kukuh untuk menyatakan sebahagian besar perkembangan politik di Malaysia kini dipengaruhi oleh media dan kandungannya.

Kata kunci: Dunia digital, media digital, digital teknologi, kepembangunan, mediatization

Abstract

Digital media has become a major platform for the public to obtain information and to interact virtually. Applications in digital media such as social media, websites, blogs and etc., had become the primary space for various parties to share news, views and responses to current issues, particularly those related to politics. Political developments in Malaysia are so dynamic that society had become too dependable on the media and its content. The role and

function of media have been utilized by many political parties and their impact has contributed to their victory in the 14th Malaysian general election. The existence of an electronic community indirectly concerned with political issues has opened up a space for studies observing in detail the actors involved in digital media as well as the feelings they manifest. Using a qualitative approach, this study successfully collected data from the electronic community in Malaysia as well as the sentiments expressed by them on the basis of the responses to current political problems. At the same time, modernization theory has successfully reinforced the study's view that media and content are key requirements for electronic communities to interact and communicate virtually, which indirectly constitutes a strong social institution in cyberspace. The reliance of the electronic community on digital media and its content is proof that most political developments in Malaysia are now influenced by the media and its content.

Keywords: *Digital world, digital media, digital technology, oppositionism, mediatization*

PENGENALAN

Teknologi komunikasi dan maklumat atau ringkasnya ICT telah memacu pembangunan dan perkembangan yang pantas untuk pelbagai aplikasi, peranti, telefon pintar, perkakasan dan rangkaian internet. ICT telah memberikan manfaat besar kepada kehidupan masyarakat dan pada masa yang sama mensuburkan variasi dalam penggunaannya. Penggunaan ICT pula tidak terhad dalam pencarian maklumat sahaja, malah ia turut memberi faedah yang besar untuk pelbagai aspek kehidupan seperti ekonomi, sosial, politik dan juga pendidikan. Melalui ICT, perhubungan dan komunikasi antara individu dan kumpulan di mana-mana tempat dapat dilakukan dengan mudah, pantas dan dengan kos yang minimum. Oleh kerana ICT memberikan impak yang besar dalam sektor komunikasi, ia secara tidak langsung mewujudkan konsep dunia digital yang menjadi istilah popular pada masa ini.

Dunia digital merujuk kepada ruang yang dipenuhi oleh pelbagai aplikasi dalam atau luar talian, yang dibangunkan dengan teknologi berbeza bertujuan untuk memastikan komunikasi dan perhubungan dapat dilakukan dengan pantas (Kaufmann & Jeandesboz 2017). Istilah ini secara umumnya terdiri daripada tiga komponen utama iaitu rangkaian internet, aplikasi dan perkakasan atau peranti. Ketiga-tiga komponen ini sangat penting dan menjadi asas kepada pelbagai pembangunan dan perkembangan lain dalam teknologi dunia digital seperti *artificial intelligence*, *internet of things*, *big data*, *cloud computing*, *mobile computing* dan lain-lain lagi. Istilah-istilah tersebut muncul disebabkan terlalu banyaknya data yang dijana oleh pengguna dan hal ini semakin meningkat sehingga melahirkan konsep Revolusi Industri 4.0 yang telah berkembang luas di negara-negara maju untuk memudahkan dan mempercepatkan produk dan perkhidmatan kepada pengguna. Melalui dunia digital juga, internet telah dianggap suatu keperluan utama kepada mana-mana masyarakat di dunia untuk meneroka dengan lebih luas dan mendalam terhadap potensi dan keupayaannya dalam memenuhi citarasa pengguna yang sangat kompleks. Selain itu dunia digital juga menjanjikan pelbagai kemudahan yang dapat membantu serta memenuhi keperluan pengguna yang sangat kompleks seperti pembelian produk dan perkhidmatan, pembelajaran atas talian, perbincangan dan perdebatan dan sebagainya (Llamas & Belk 2012). Jika diperhatikan secara terperinci, istilah yang sesuai digunakan untuk menggambarkan secara inklusif perhubungan dan komunikasi secara digital adalah merujuk kepada media digital. Media digital merujuk kepada platform digital yang dapat memudahkan perhubungan, komunikasi dan interaksi dilakukan antara individu dan komuniti (Zuniga & Chen 2019). Terdapat pelbagai contoh yang dapat dikaitkan dengan media digital seperti laman web, forum atas talian, blog, media sosial, newsletter, dan juga pelbagai platform lain yang dapat memudahkan perhubungan dan komunikasi dilakukan. Facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan sebagainya merupakan aplikasi yang paling popular digunakan sebagai media digital oleh pelbagai pihak untuk pelbagai tujuan yang dapat dimanfaatkan bersama. Ringkasnya media digital telah banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat dan kebergantungan terhadap aplikasi yang telah dinyatakan tadi tidak dapat dipisahkan sehingga ia mewujudkan komuniti elektronik yang prihatin dan cakna dengan pelbagai isu semasa dan global (Zuniga & Chen, 2019).

Sehingga kini terdapat 4.54 billion pengguna di seluruh dunia mengakses internet melalui pelbagai peranti dan perkakasan seperti telefon pintar, komputer riba, komputer peribadi, dan juga ipad atau tab. Daripada jumlah tersebut 3.8 billion pengguna terlibat secara langsung terhadap penggunaan media sosial di internet. Media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *YouTube* dan *WhatsApp* merupakan aplikasi yang sangat popular digunakan oleh pengguna dan aplikasi tersebut turut memiliki pelbagai fasiliti mudah untuk mendapatkan maklumat, melakukan pembelian produk dan perkhidmatan dan juga melakukan komunikasi serta perbincangan secara atas talian. Selain itu, para pelabur dan ahli ekonomi turut terlibat dalam memastikan pembangunan dan perkembangan dalam dunia digital ini dapat membuka ruang dan peluang bagi membangunkan pelbagai teknologi melalui aplikasi pintar, telefon pintar, komputer dan sebagainya. Ini bertujuan untuk menyokong keperluan pengguna dan juga pengurusan data yang besar (juga dikenali sebagai *big data*). Ringkasnya penggunaan internet dan media sosial termasuk aplikasi *WhatsApp* ini dapat memudahkan kolaborasi, komunikasi, perhubungan, pengajaran dan pembelajaran, pembelian dan penjualan atas talian dan sebagainya. Pandemik Covid-19 yang telah membataskan perhubungan dan pertemuan juga telah memberikan kelebihan kepada pengguna untuk terus menikmati manfaat yang ada dalam dunia digital dan ia membuka suatu orientasi baru dalam memastikan segala urusan kerja ataupun hal yang berkait dengan kehidupan, dapat dilakukan dan diselesaikan melalui dunia digital. Kemampuan yang ada dalam dunia digital ini sebenarnya telah membuka pelbagai ruang dan peluang kepada masyarakat untuk menggenap sumber segala kelebihan yang ada bagi memastikan keuntungan dan kelebihannya dapat menjanjikan suatu pulangan yang bermakna.

Bidang politik sebagai contoh telah memanfaatkan dunia digital ini bagi memudahkan pelbagai tujuan yang dapat memberikan keuntungan secara mudah kepada pemimpin, parti politik, atau pun kerajaan pemerintah (Fuchs 2014). Umum mengetahui, bidang politik merupakan suatu ruang yang sangat subjektif sifatnya. Pemahaman terhadap politik dan segala hal yang terkandung dalamnya tidak hanya diperoleh melalui pemerhatian yang ringkas sahaja. Ia memerlukan suatu usaha yang bersungguh bagi memastikan asas kepada jatuh bangunnya sesebuah kerajaan, parti ataupun pemimpin itu dapat dikupas melalui pelbagai dimensi dan perspektif yang berbeza (Mabi & Gruson-Daniel 2018). Apabila dunia digital ini muncul dengan pelbagai aplikasi seperti laman web dan blog, ruang perbualan, media sosial dan sebagainya, ia telah membuka ruang dan peluang kepada para ahli politik, sama ada pemimpin, parti ataupun kerajaan, menggunakan segala fasiliti yang ada bagi memudahkan pelbagai maklumat disampaikan kepada pengguna (Malter & Rindfleisch 2019). Selain itu, data-data yang berkait dengan pengundi, citarasa mereka dan juga kempen untuk meraih sokongan dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi yang wujud dalam dunia digital (Thompson 2019). Dalam Pilihanraya Presiden Amerika Syarikat ke-59 sebagai contoh, penggunaan dunia digital secara total telah dilakukan secara besar-besaran dan ia telah memberikan banyak kelebihan kepada kedua-dua Parti Republikan dan Demokrat mencongak kemenangan dan juga kekalahan masing-masing (Nelson, Lewis & Lei 2016). Secara asasnya, dunia digital dapat membantu dengan memberikan maklumat secara terperinci demografi dan sikap pengundi yang inginkan perubahan ataupun yang ingin mengekalkan pemerintahan sedia ada. Begitu juga halnya dengan pilihanraya di negara lain seperti United Kingdom, Australia, Jepun, Singapura dan sebagainya. Ringkasnya dengan adanya fasiliti dan juga kajian yang dilakukan oleh jentera parti masing-masing, usaha meraih undi, menjelaskan manifesto dan juga menunjukkan kemampuan yang ada dapat dilakukan dengan mudah melalui dunia digital terutamanya dengan media sosial. Sewaktu pemilihan presiden Amerika Syarikat yang ke-59, aliran trafik internet terutamanya media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan *Youtube* meningkat dengan mendadak dan hal ini sebenarnya memberikan impak yang besar tentang keberkesanan dunia digital menyokong survival politik untuk parti dan pemimpin masing-masing (Nelson, Lewis & Lei 2016).

Dalam konteks politik Malaysia, penggunaan dunia digital sebenarnya telah bermula sejak akhir tahun 1990-an lagi. Pada ketika itu, oleh kerana kawalan media massa perdana yang tidak membenarkan isu-isu sensitif disebar dalam kalangan masyarakat (Suhaimi 2008), parti politik seperti DAP, PAS dan Semangat 46 membangunkan laman web masing-masing serta ruangan perbualan untuk memudahkan para penyokong serta masyarakat mendapatkan maklumat yang berkait dengan perkembangan politik semasa, serta kempen pilihanraya yang akhirnya diterjemahkan kepada sokongan terhadap parti politik terbabit. Selepas itu, pada awal tahun 2000, kebanyakan parti

politik termasuk juga parti pemerintah turut menggunakan strategi yang sama bagi meraih dan merapatkan sokongan masyarakat terhadap mereka. Hanya selepas munculnya *Facebook* pada tahun 2004 dan dibuka kepada masyarakat dunia pada tahun 2006, bermulalah era baru dalam landskap politik Malaysia.

Kebanyakan parti politik terutamanya parti pembangkang mula menggunakan *Facebook* untuk meluaskan capaian dan akses pengguna terhadap pelbagai isu dan berita yang berkaitan dengan politik Malaysia. Kempen meraih undi juga turut disampaikan melalui *Facebook* dan ia dilihat memberikan sedikit impak dalam keputusan Pilihanraya Umum (PRU) ke-11. Namun demikian setelah munculnya *YouTube* pada (2005), *Twitter* (2006), *Whatsapp* (2008) dan *Instagram* (2010), penggunaan secara besar-besaran aplikasi tersebut melalui telefon pintar, komputer riba dan komputer peribadi telah membuka seluas-luasnya ruang dan peluang untuk semua parti politik sama ada kerajaan atau pembangkang menggunakan sepenuhnya aplikasi digital ini bagi kepentingan politik masing-masing. Parti pembangkang seperti DAP, PAS dan PKR mendapat manfaat yang besar daripada keputusan PRU ke-12 dan 13. Media sosial bukan sahaja membantu menyebarkan maklumat yang disampaikan kepada masyarakat, malah aplikasi ini turut dapat memudahkan para penyokong dan juga pengundi untuk mendapatkan berita terkini yang berkaitan dengan politik Malaysia. Akhirnya PRU ke-14 telah menterjemahkan secara besar-besaran sokongan masyarakat terutamanya pengundi yang sudah muak dengan dasar serta aspirasi kerajaan terdahulu dan melalui media sosial, segala luahan dan komentar warga maya yang sebahagian besarnya terdiri daripada pengundi berdaftar telah menumbangkan kerajaan terdahulu dan hal ini telah berupaya menunjukkan kepada para pemerhati politik, ahli akademik, sarjana dan intelektual betapa besarnya pengaruh media sosial yang digunakan secara maksimum oleh ahli politik untuk meraih kemenangan.

Memang tidak dinafikan, sokongan melalui media sosial ini merupakan pelengkap kepada strategi konvensional yang dilakukan untuk meraih sokongan pengundi. Namun demikian, konsep kepembangkangan yang telah diujikan oleh Shamsul (2008), Ahmad Rizal (2008) dan Zaheruddin & Fuad (2011) telah memberikan impak yang sangat jelas pada PRU-14. Ringkasnya konsep kepembangkangan diterjemahkan melalui tiga faktor; parti politik, NGO dan komuniti elektronik. Oleh kerana komuniti elektronik terlibat secara langsung dalam penggunaan media sosial di internet, ia telah membuktikan kebenaran konsep tersebut menerusi PRU ke-14 dan pada masa yang sama peranan dan usaha yang dilakukan oleh parti DAP, PKR, dan PAS telah memberikan sumbangan yang begitu besar semasa memenangi PRU ke-14. Walau bagaimanapun, oleh kerana perdana menteri ke-7 Malaysia pada 22 Februari 2020 telah meletakkan jawatan secara mengejut, berlaku satu lagi naratif lain dalam politik Malaysia dan usaha Duli Yang Maha Mulia Seri Paduka Baginda Yang Di-Pertuan Agong untuk melantik perdana menteri yang baru dapat memulihkan kembali kestabilan politik di Malaysia sekaligus menangani masalah pandemik Covid-19 yang melanda negara pada ketika itu. Namun demikian, oleh kerana wujud pelbagai isu lain yang berkaitan dengan ekonomi, politik dan kehidupan sosial masyarakat, terutamanya kesan besar pandemik Covid-19, pentadbiran kerajaan Perikatan Nasional (PN) dilihat ampuh dan kurang berupaya menangani isu yang berkaitan dengan ketiga-tiga elemen yang dijelaskan. Dalam masa yang sama, serangan demi serangan melalui media sosial oleh ahli politik dan masyarakat sedikit sebanyak mencalarakan reputasi perdana menteri selaku ketua kerajaan dan parti yang memerintah dan ini merupakan petanda yang kurang baik untuk beliau terus mengemudi jentera pentadbiran negara.

Berdasarkan kepada masalah yang dijelaskan, timbul suatu idea dan motivasi tinggi untuk pengkaji memerhatikan sifat pengguna internet, yang juga dikenali sebagai warga maya yang sentiasa prihatin dan cakna kepada isu-isu yang berkaitan dengan politik Malaysia. Secara umumnya, kajian ini memfokus kepada aspek digital politik di Malaysia melalui media digital. Media digital yang dimaksudkan ini terdiri daripada media sosial, forum, berita, newsletter, email dan sebagainya, yang berkaitan dengan perkembangan politik di Malaysia. Pengkaji sebenarnya ingin memerhatikan dengan jelas bilangan sebenar warga maya yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam isu politik yang dibicarakan pada media sosial serta media digital yang lain. Pengkaji juga ingin melihat sejauh mana keberkesanan media sosial dan media digital ini menjadi strategi kepada parti pemerintah atau parti politik lain dalam meraih sokongan serta membina kefahaman masyarakat. Selain itu, sentimen warga maya juga turut diberikan perhatian serius bagi memudahkan analisis dilakukan. Melalui analisis

sentimen, pengkaji dapat melihat dengan mudah respons para warga maya terhadap isu semasa yang memberikan impak kepada politik Malaysia dan juga para pelaku dalamnya. Bagi merealisasikan impian menjadi kenyataan, bahagian berikut akan membincangkan asas ilmu atau epistemologi kepada kajian ini.

KONSEP MEDIATIZATION

Kajian ini merupakan inisiatif awal yang dilakukan pengkaji untuk memerhatikan secara jelas interaksi para warga maya dalam media sosial terhadap politik Malaysia. Ia sedikit sebanyak memberikan suatu wadah baru kepada pengkaji dan juga ilmu digital politik di Malaysia dalam rangka meluaskan lagi pembinaan dan perkembangan ilmu digital teknologi, dan juga pemahaman yang dapat dibentuk berdasarkan kepada perkembangan yang berlaku dalam politik Malaysia. Selepas beberapa pemerhatian dilakukan, kajian ini didasari oleh suatu konsep utama iaitu mediatization (Block 2013). Konsep ini bukanlah suatu perkara yang baru dalam bidang media dan komunikasi. Sebelum ini seorang penyelidik media dari Sweden dikenali sebagai Kent Asp telah menghuraikan konsep mediatization berdasarkan kepada pemahaman beliau terhadap perkembangan politik di Sweden. Menurut Kent, perkembangan sistem politik di Sweden banyak dipengaruhi oleh media massa dan situasi politik semasa (Asp 1986). Walaupun pada ketika itu, dunia digital masih lagi dalam peringkat awal pembangunan dan penggunaannya masih lagi terbatas, pemikiran masyarakat Sweden pada ketika itu sudah mula menunjukkan impak yang besar terhadap peranan media massa yang dimainkan oleh negara berkenaan. Kemudian Hjarvard (2008) telah memperluaskan kefahaman terhadap konsep mediatization ini dan secara tidak langsung, konsep ini berupaya menghuraikan secara panjang lebar, peranan media, sama ada secara fizikal ataupun maya, dalam konteks mempengaruhi dan membina pemikiran masyarakat terhadap pelbagai isu, terutamanya yang berkaitan dengan politik (Hjarvard 2013).

Menurut Hjarvard (2008), mediatization telah menjadi suatu konsep utama dalam menjelaskan peranan media terhadap perubahan budaya dan masyarakat. Konsep ini lebih daripada sekadar label untuk sekumpulan fenomena yang menyaksikan peningkatan pengaruh media dan ia juga harus berkaitan dengan teori sosiologi pusat yang lain. Teori mediatization juga tidak hanya sekadar penjelasan yang dapat memudahkan perbincangan terhadap kajian dan penyelidikan, malah ia juga harus dibuktikan kekuatannya sebagai alat analisis dalam pelbagai disiplin ilmu. Ringkasnya, teori mediatization harus menggambarkan trend perkembangan keseluruhan masyarakat dalam pelbagai konteks dan melalui analisis yang kukuh, ia berupaya menunjukkan pengaruh media terhadap pelbagai institusi dan aktiviti manusia. Hjarvard (2013) turut menjelaskan teori mediatization ini sudah tersulam kukuh dalam masyarakat secara umum disebabkan integrasi media terhadap institusi sosial. Kesannya, media dan kandungannya telah berperanan besar dalam menentukan tahap kesedaran dan pemahaman masyarakat dan hal ini yang sedang berlaku sejak media sosial mula digunakan sehinggalah ke hari ini (Hepp, Hjarvard & Lundby 2015). Interaksi sosial secara fizikal sebelum ini memang diperlukan oleh segenap lapisan masyarakat untuk berhubung dan berkomunikasi antara satu dengan yang lain. Namun demikian, kemunculan dunia digital dan media sosial telah mengubah proses perhubungan dan komunikasi ke alam digital. Ringkasnya proses virtualisasi dan pembinaan wilayah geografi sosial yang baru telah terbentuknya berasaskan proses mediatization ini. Hal ini bukanlah suatu perkara yang membimbangkan malah ia banyak memberi kelebihan untuk mana-mana institusi, komuniti mahupun individu berinteraksi dan berkomunikasi antara satu dengan lain untuk pelbagai tujuan.

Dalam konteks politik Malaysia, konsep mediatization sangat relevan dengan keadaan semasa dan konsep ini dapat memudahkan lagi analisis dilakukan dalam merungkai dapatan kajian ini seterusnya membina kefahaman baru terhadap korpus ilmu digital politik di Malaysia. Sejak awal penggunaan media digital, kandungannya telah berjaya mempengaruhi pemikiran masyarakat untuk memilih parti dan pemimpin yang diidamkan. Hal ini telah dibuktikan melalui tiga Pilihanraya Umum (PRU) Malaysia sebelum ini, iaitu pada PRU ke-12, PRU ke-13 dan PRU ke-14. Ketiga-tiga pilihanraya tersebut telah melibatkan sejumlah besar penggunaan media digital dan media sosial dalam kalangan parti politik, pemimpin, pihak kerajaan dan juga pembangkang. Walaupun interaksi sosial masih lagi penting dalam kalangan pemimpin, ahli parti politik dan akar umbi untuk menarik sokongan masyarakat, kekuatan media digital dan media sosial melalui *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan *YouTube* telah berjaya memberi kesan besar kepada kekalahan parti Barisan Nasional pada PRU ke-14 yang

lalu. Walaupun terdapat pelbagai faktor lain yang boleh dikaitkan dengan kekalahan tersebut, peranan media sosial serta kandungan maklumat yang terdapat dalamnya berjaya mempengaruhi para pengundi berdaftar dan akhirnya Pakatan Harapan berjaya membentuk kerajaan pada tahun 2018. Situasi ini sebenarnya banyak memberikan panduan dan pengajaran yang bermakna kepada para pemerhati politik, pengkaji, ahli akademik, sarjana dan intelektual, memberi perhatian serius kepada media sosial. Melalui keadaan ini juga, parti yang menganggotai kerajaan PN sekarang telah mula bertindak untuk bertanding secara bersendirian pada PRU ke-15 nanti.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan secara kualitatif. Pendekatan secara kualitatif berupaya merungkaikan pemerhatian secara menyeluruh dan ia dapat membina suatu kefahaman baru bagi memudahkan perluasan kajian ini pada masa akan datang. Oleh itu, bagi memudahkan penjelasan, berikut dijelaskan metodologi kajian ini.

- i. Melakukan kajian kepustakaan untuk mendapatkan bahan-bahan yang relevan dengan kajian.
- ii. Mengenal pasti aplikasi atas talian yang dapat memudahkan pemantauan dilakukan.
- iii. Mengumpul data dan memvisualkan data tersebut dengan perisian analitik.
- iv. Menganalisis data tersebut berdasarkan Teori Modernization.

Pandemik Covid-19 yang melanda dunia termasuk Malaysia menyukarkan pertemuan secara bersemuka dan perbincangan dengan kumpulan sasaran tidak dapat dilakukan secara fizikal. Namun kajian ini tidak melibatkan pertemuan dengan individu atau kumpulan sasaran disebabkan fokus adalah terhadap jumlah warga maya dalam media sosial dan pandangan mereka yang ditulis berdasarkan kepada isu semasa. Bagi mencapai hasrat tersebut, pengkaji menggunakan aplikasi atas talian dikenali sebagai Brandt24 (Anon 2017). Aplikasi ini dapat memudahkan pemantauan dilakukan terhadap data-data yang kumpul melalui tujuh aplikasi atas talian seperti berikut:

- i. Media Sosial Utama (*Facebook, Instagram, Twitter, Twitch dan YouTube*)
- ii. Laman web berita
- iii. Newsletter Umum (public newsletter)
- iv. Forum Atas Talian
- v. Podcast
- vi. Blog
- vii. Laman web lain yang berkaitan

Penggunaan aplikasi Brandt24 sebenarnya melibatkan sejumlah kos yang tinggi kerana hasil daripada pemantauan aplikasi ini dipersembahkan melalui data yang diskriptif, iaitu ia memudahkan kajian ini mendapatkan maklumat berdasarkan kepada objektif yang telah dinyatakan (Anon 2018). Berkait dengan itu, pengkaji hanya menjalankan kajian ini selama tiga bulan sahaja (bermula dari 16 Disember 2020 dan tamat sehingga 16 Mac 2021) bagi mengawal kos yang agak tinggi. Walaupun ia adalah suatu waktu yang singkat, aplikasi ini sebenarnya dapat memudahkan kajian ini mencapai maksud yang diidamkan sekali gus memenuhi aspirasi yang telah diasaskan bagi memerhatikan secara umum peranan media digital dalam memacu pemikiran masyarakat terhadap perkembangan politik di Malaysia. Kajian ini juga menggunakan tujuh kata kunci berpalang untuk memudahkan pandangan warga maya dikumpul dan dianalisis melalui Brandt24. Berikut adalah kata kunci berpalang yang:

- i. #PolitikMalaysia
- ii. #PerikatanNasional
- iii. #MuafakatNasional
- iv. #BarisanNasional
- v. #PakatanHarapan
- vi. #PPBM
- vi. #UMNO
- vii. #PAS

Kata kunci berpaling yang disenaraikan di atas berpotensi untuk memudahkan pengkaji memerhatikan jumlah sebenar warga maya yang terlibat dalam perbincangan politik di Malaysia dan kata kunci berpaling tersebut akan memaparkan sentimen yang ditunjukkan oleh warga maya berdasarkan kepada pandangan dan respon mereka. Setiap penggunaan kata kunci berpaling juga mempunyai rasional dan signifikan terhadap kajian ini. Kata kunci #PolitikMalaysia digunakan untuk memudahkan aplikasi Brandt24 mengakses kesemua data yang berkaitan dengan perbincangan terhadap isu politik di Malaysia. #PerikatanNasional, #MuafakatNasional, #BarisanNasional dan #PakatanHarapan digunakan untuk pemerhatian secara umum ahli kepada gabungan tersebut, dan juga warga maya yang cakna kepada perkembangan gabungan parti tersebut. Bagi kata kunci #PPBM, #UMNO dan #PAS, ketiga-tiga kata kunci ini merupakan parti yang signifikan dengan perkembangan politik semasa. PPBM menerajui parti pemerintah sementara UMNO dan PAS pula memiliki jumlah ahli berdaftar dan kedua-dua parti ini terlibat dalam setiap PRU yang berlangsung di Malaysia. Pengkaji tidak memasukkan parti lain seperti DAP, PKR dan sebagainya disebabkan kajian hanya memfokus kepada parti yang banyak memainkan peranan dan terlibat secara lansung dalam mewarnai agenda politik semasa. Walaupun PPBM masih lagi sebuah parti yang baru ditubuhkan dan memenangi PRU-14 dengan jumlah ahli yang kurang, kredibiliti dan keupayaan para pemimpin dalam parti tersebut sebenarnya menjadi tunjang kepada jentera pentadbiran negara. Selain itu, perdana Menteri Malaysia yang kelapan juga merupakan presiden kepada PPBM.

Ringkasnya dengan menggunakan kata kunci berpaling, aplikasi Brandt24 dapat mengakses dan memaparkan data berdasarkan kata kunci tersebut. Bagi analisis sentimen, Brandt24 dapat mengecam dengan mudah penggunaan nahu, kata kerja, adjektif dan sebagainya dalam bahasa Melayu dan Inggeris. Ini merupakan suatu kelebihan yang dapat pengkaji memanfaatkan sepanjang menjalankan kajian ini. Bahagian seterusnya akan mempersembahkan data yang telah dikumpul dan divisualkan semula melalui graf carta palang mengufuk.

DAPATAN KAJIAN

Melalui aplikasi Brandt24, kajian telah memanfaatkan sebahagian besar data yang diperoleh untuk dipersembahkan dalam bentuk jadual dan graf. Bagi memudahkan lagi penerangan, dapatan kajian distrukturkan kepada dua bahagian. Bahagian pertama melibatkan jumlah besar akses aplikasi Brandt24 terhadap tiga kategori utama data dan bahagian kedua merangkumi jumlah sentimen yang dicatatkan oleh setiap kata kunci.

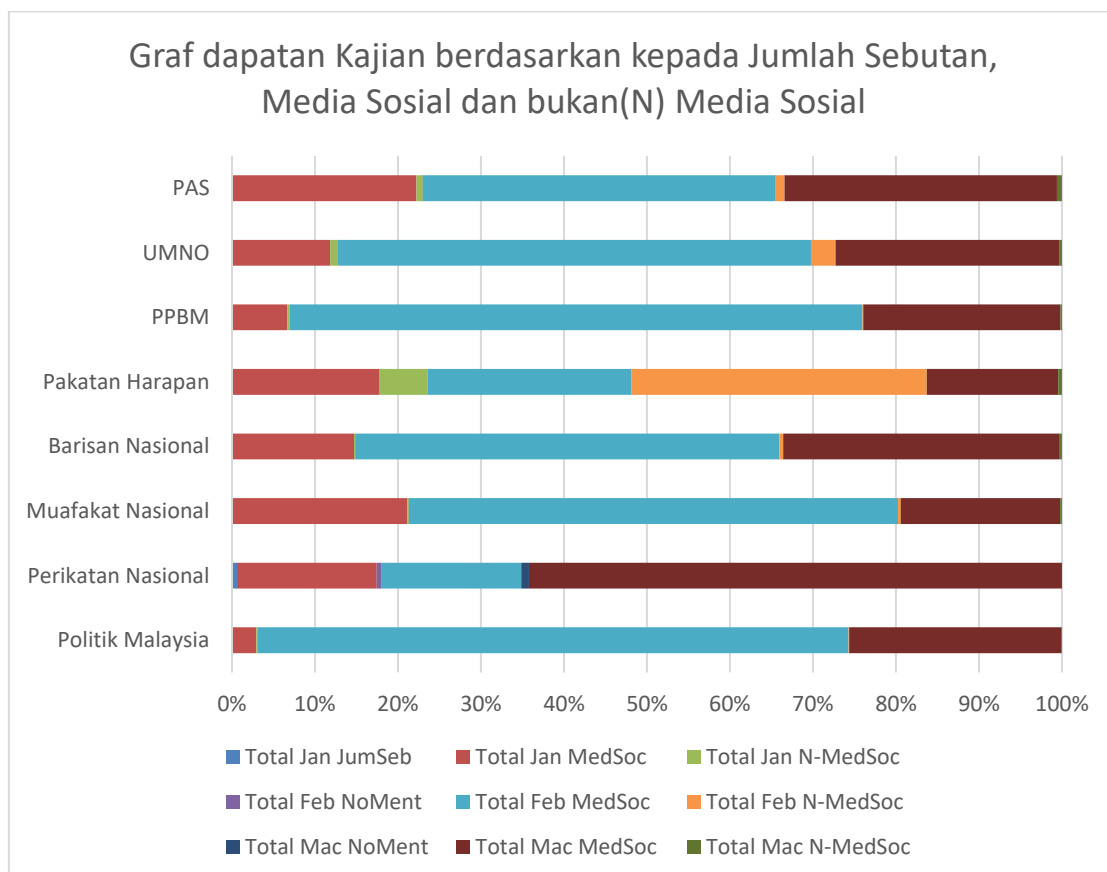
Jadual 1. Data Berdasarkan kepada Jumlah Sebutan, Media Sosial dan bukan Media Sosial

	JumSeb	Total							
		Jan			Feb			Mac	
		MedSoc	N-MedSoc	NoMent	MedSoc	N-MedSoc	NoMent	MedSoc	N-MedSoc
Politik Malaysia	248	760K	39K	1K	18M	20K	715	7M	13K
Perikatan Nasional	2	55	0	2	55	0	3	210	0
Muafakat Nasional	248	1M	11K	556	4M	24K	328	1M	14K
Barisan Nasional	125	308K	2K	393	1M	10K	270	695K	7K
Pakatan Harapan	181	535K	173K	362	739K	1M	473	476K	13K
PPBM	75	120K	5K	479	1M	1K	237	429K	3K
UMNO	359	2M	190K	2K	12M	608K	859	5M	57K
PAS	15K	47M	2M	29K	90M	2M	25K	70M	1M

Jumlah Sebutan Kata Kunci

Jadual 1 menunjukkan jumlah besar data yang diperoleh berdasarkan kepada tiga kategori iaitu; jumlah sebutan, media sosial dan bukan media sosial. Jumlah sebutan mewakili tajuk artikel, isu atau perbincangan yang dipaparkan oleh aplikasi yang berkaitan. Media sosial pula merujuk kepada kandungan kata kunci yang dipaparkan dalam setiap pandangan dan respons warga maya sementara bukan media sosial pula merangkumi sebutan kata kunci di platform yang bukan media sosial. Data-data berikut disusun berdasarkan kepada kata kunci berpaling yang diguna dan diorganisasi mengikut bulan Januari, Februari dan Mac.

Berdasarkan kepada Jadual 1, setiap kata kunci memaparkan jumlah yang berbeza untuk setiap kategori. Jika diperhatikan sepintas lalu, kata kunci Perikatan Nasional mencatatkan jumlah yang terendah sementara parti PAS mencatatkan jumlah yang tertinggi. Begitu juga halnya jika difokuskan kepada ketiga-tiga kategori yang dipaparkan jadual untuk ketiga-tiga bulan tersebut. Jumlah akses aplikasi Brandt24 terhadap media sosial dan bukan media sosial melebihi jumlah sebutan ketujuh-tujuh kata kunci tersebut. Bagi memudahkan lagi huraian, data divisualkan kembali dengan menggunakan graf carta palang mengufuk.



Rajah 1. Graf dapatan kajian berdasarkan kepada Jumlah Sebutan, Media Sosial dan bukan Media sosial

Data yang telah dikumpul dalam Jadual 1 divisualkan kembali melalui graf carta palang mengufuk seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 1. Berdasarkan Rajah 1, jumlah sebutan untuk setiap kata kunci merekodkan peratusan yang sangat rendah berbanding media sosial dan bukan media sosial. Peratusan yang terendah ini juga direkodkan untuk bulan yang berikutnya. Hal ini kerana seperti yang telah dijelaskan, jumlah sebutan ini mewakili tajuk utama yang berkait dengan kata kunci dan ia tidak melibatkan pandangan dan respons warga maya. Namun, peratusan yang tinggi ditunjukkan terhadap kategori media sosial pada setiap bulan. Bulan Januari menunjukkan peratusan yang konsisten dalam media sosial untuk setiap kata kunci. PAS mencatatkan jumlah yang tertinggi

sementara politik Malaysia mencatatkan jumlah yang terendah. Bulan Febuari pula menunjukkan peningkatan terhadap respons warga maya dalam media sosial. Peratusan tertinggi direkodkan oleh kata kunci UMNO, Muafakat Nasional dan politik Malaysia. Namun pada bulan Mac, kata kunci Perikatan Nasional mencatatkan jumlah tertinggi sementara kata kunci Pakatan Harapan mencatatkan peratusan terendah. Namun untuk kategori pandangan dan respons warga maya terhadap aplikasi yang bukan media sosial, kata kunci Pakatan Harapan merekodkan jumlah tertinggi dan kata kunci UMNO dan PAS mencatatkan jumlah terendah. Setelah disiasat secara terperinci, pandangan dan respons warga maya ini sebenarnya berpunca daripada isu semasa yang dibahaskan di media sosial. Isu semasa yang dipaparkan di media sosial ini menjadi platform utama untuk warga maya meluahkan pandangan dan respons masing-masing terhadap masalah terutamanya yang berkait dengan survival rakyat dalam mengharungi cabaran pandemik Covid-19. Analisis secara menyeluruh terhadap aspek ini akan dinyatakan dalam bahagian analisis dan perbincangan.

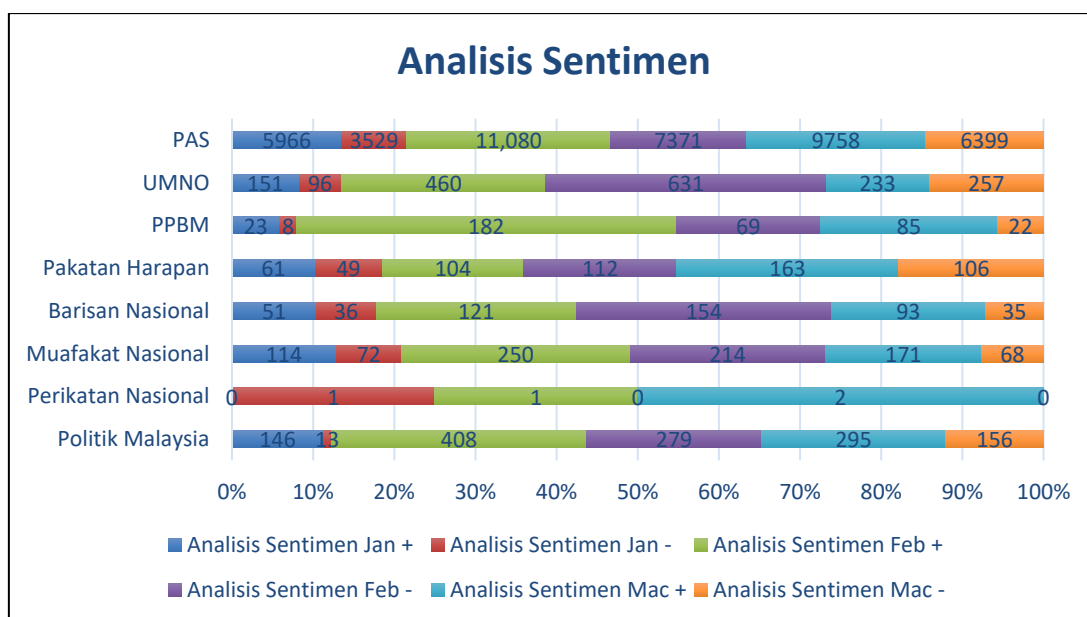
Analisis Sentimen

Analisis sentimen merujuk kepada proses, kaedah, teknik, dan pendekatan yang mengambil maklumat tentang sikap pengguna terhadap produk, perkhidmatan, atau jenama (Farhadloo & Rolland 2016). Analisis sentimen menilai keadaan emosi pengguna ketika mereka menyatakan pendapat atau membuat pemerhatian. Analisis sentimen bergantung kepada tahap pendidikan pengguna, pengetahuan, pengalaman dan pengaruh daripada unsur lain. Dalam konteks ini, warga maya merupakan subjek utama kepada kajian ini. Setiap analisis sentimen dibahagikan kepada dua kategori iaitu positif dan negatif. Sentimen yang positif mewakili sokongan warga maya terhadap usaha atau tindakan suatu pihak dalam menjuarai isu yang dibincangkan. Sentimen yang negatif pula menunjukkan penolakan warga maya terhadap isu yang dijelaskan oleh pihak terbabit.

Jadual 2. Analisis Sentimen berdasarkan kepada Kata kunci

	16/1/2021		16/2/2021		16/3/2021	
	+	-	+	-	+	-
Politik Malaysia	146	13	408	279	295	156
Perikatan Nasional	0	1	1	0	2	0
Muafakat Nasional	114	72	250	214	171	68
Barisan Nasional	51	36	121	154	93	35
Pakatan Harapan	61	49	104	112	163	106
PPBM	23	8	182	69	85	22
UMNO	151	96	460	631	233	257
PAS	5966	3529	11,080	7371	9758	6399

Jadual 2 menunjukkan analisis sentimen yang diakses oleh aplikasi Brandt24 dan direkodkan kembali oleh pengkaji bagi memudahkan penjelasan dilakukan. Secara umumnya analisis sentimen untuk setiap kata kunci dicatatkan dengan jumlah yang konsisten. Analisis sentimen tertinggi dicatatkan oleh kata kunci PAS dan yang terendah dicatatkan oleh kata kunci Perikatan Nasional. Bagi memudahkan lagi huraian, data dalam Jadual 2 divisualkan kembali dengan menggunakan graf carta palang mengufuk.



Rajah 2. Analisis Sentimen berdasarkan kepada Peratusan

Berdasarkan kepada Rajah 2, peratusan analisis sentimen yang positif mencatatkan jumlah yang terendah untuk setiap kata kunci. Hanya PAS menunjukkan peratusan tertinggi sementara Perikatan Nasional tidak mencatatkan sebarang bacaan. Analisis sentimen negatif pada bulan Januari dicatatkan oleh UMNO manakala Perikatan Nasional mencatatkan bacaan terendah. Bulan Februari menunjukkan peningkatan untuk setiap kata kunci. PAS sekali lagi menunjukkan peratusan analisis sentimen positif dan negatif yang tertinggi sementara Perikatan Nasional masih mencatatkan bacaan terendah. Bulan Mac berlaku sedikit penurunan untuk setiap kata kunci. Namun demikian PAS sekali lagi mencatatkan analisis sentimen positif dan negatif tertinggi dan Perikatan Nasional mencatatkan jumlah terendah. Sebenarnya, suatu kemusykilan dapat dikenal pasti oleh pengkaji sendiri. Daripada jangkaan pengkaji, sepatutnya Perikatan Nasional mencatatkan bacaan yang memberangsangkan untuk setiap analisis sentimen dan pada setiap bulan. Namun, setelah disemak secara teliti, terdapat dua faktor yang menggagalkan aplikasi Brandt24 mengakses respon warga maya terhadap Perikatan Nasional. Pertama Perikatan Nasional terlalu banyak membangunkan laman web, blog dan laman media sosial. Pembangunan yang tidak konsisten ini mengambil jumlah ahli berdaftar yang sedikit dan kurang mendapat sambutan dalam kalangan warga maya. Kedua, kebanyakan laman media sosial yang didaftarkan bersifat persendirian (*private*) dan Brandt24 tidak dapat mengakses laman media sosial secara persendirian.

ANALISIS DAN PERBINCANGAN

Secara umumnya Teori Modernization telah dapat membuktikan pengaruh besar media digital terhadap perkembangan politik semasa. Dalam konteks Malaysia, media digital terutamanya media sosial telah memainkan peranan dan fungsi yang sangat besar kepada masyarakat Malaysia yang terdiri daripada pelbagai etnik dan agama, untuk memberi respons berdasarkan kepada isu semasa. Jika diperhatikan secara terperinci, kajian ini dijalankan selama tiga bulan, iaitu bermula dari 16 Disember 2020 sehingga 16 Mac 2021. Sepanjang waktu tersebut, terdapat beberapa isu tempatan yang terkait dengan keadaan politik semasa, yang memberi kesan kepada pandangan dan respon warga maya terhadap reaksi parti pemerintah, parti politik dan juga kesan daripada pandangan pemimpin dalam parti politik sama ada yang menjadi sebahagian daripada kerajaan pusat, ataupun yang berada dalam parti pembangkang.

Jika dilihat sepintas lalu, isu-isu tempatan yang menjadi perdebatan di media sosial terfokus kepada kesan ekonomi terhadap survival masyarakat dalam menghadapi cabaran terhadap pandemik Covid-19. Isu-isu ekonomi seperti pengeluaran KWSP melalui i-sinar, moratorium, kehilangan pekerjaan, kebergantungan terhadap perniagaan berskala kecil, dan sebagainya telah menjadi isu

utama yang sering dihujah dan diperdebatkan oleh kebanyakan laman media sosial di internet. Selain itu, agensi kerajaan yang bertanggungjawab mengekang penularan wabak Covid-19 seperti Kementerian Kesihatan Malaysia, Kementerian Sains, Teknologi dan Inovasi, Polis Diraja Malaysia dan Angkatan Tentera Malaysia menjadi sasaran serangan warga maya kerana kebanyakan warga maya menganggap pentadbiran kerajaan tidak berupaya memantapkan fungsi dan tanggungjawab agensi terbabit. Tindakan yang lambat oleh agensi terbabit membuatkan warga maya tidak dapat mengawal perasaan mereka dan memberikan analisis sentiment negatif terhadap parti pemerintah. Isu lain yang sentiasa menjadi perhatian warga maya adalah soal pematuhan piawaian peraturan ataupun SOP yang sering ditekankan oleh pihak kerajaan untuk membendung penularan Covid-19. Kebanyakan warga maya melihat kerajaan memberikan beberapa keistimewaan kepada Menteri, Timbalan Menteri dan individu tertentu berstatus VIP dalam mematuhi SOP seperti pemakaian topeng muka dan penggunaan cecair nyah kuman (sanitizer). Rakyat sentiasa dikenakan denda dan ini menjadikan mereka kurang bersetuju dan ada antara warga maya mengeluarkan komen yang kurang sopan dalam mesej yang dipaparkan oleh beberapa media sosial.

Selain daripada isu yang terkait dengan pandemik Covid-19, kebanyakan warga maya juga sangat prihatin kepada perkembangan yang berlaku serta reaksi yang ditunjukkan oleh mana-mana parti dan pemimpin yang mewakili parti politik. Contohnya parti UMNO dan PAS dilihat sebagai suatu gabungan yang sangat mantap untuk membela dan mempertahankan hak etnik Melayu secara umum. Kedua-dua parti yang telah berusia lebih daripada 50 tahun ini merupakan benteng harapan untuk etnik Melayu, memastikan hak dan kepentingan mereka, terutamanya yang berkaitan dengan agama dan ekonomi, mendapat perhatian sewajarnya daripada parti terbabit. Sepanjang tiga bulan pemerhatian dilakukan, kebanyakan warga maya yang secara majoritinya terdiri daripada etnik Melayu memberikan komen dan respons yang positif terhadap usaha untuk meneruskan gabungan kedua-dua parti ini dalam menempuh PRU ke-15. Namun demikian, oleh kerana keadaan politik Malaysia sentiasa dinamik dan tidak ada parti politik yang mendominasi kerusi parlimen dengan jumlah yang besar, gabungan antara PAS dan UMNO dilihat sebagai rapuh dan tidak dapat dipertahankan. Berkait dengan itu, serangan-serangan daripada jentera cybertrooper daripada pihak tidak bertanggungjawab telah berjaya membina persepsi negatif dalam kalangan warga maya dan ini telah dibuktikan melalui pelbagai analisis sentimen negatif yang dilemparkan kepada UMNO. Parti UMNO juga turut menghadapi pelbagai serangan oleh pihak lain yang cuba menghalang gabungan Muafakat Nasional menguasai pentadbiran kerajaan. Isu-isu yang terkait dengan UMNO seperti kluster mahkamah, pendirian presiden parti, dan sebagainya telah berjaya membentuk suatu persepsi negatif dalam kalangan warga maya. Namun demikian, kredibiliti yang sering ditunjukkan oleh bekas perdana Menteri Malaysia ke-6 sering mendapat perhatian warga maya dan ini memberikan sedikit kelebihan untuk UMNO membina kembali reputasi mereka.

Suatu aspek yang ingin dibincangkan oleh pengkaji adalah mengenai aplikasi Brandt24. Walaupun aplikasi ini berjaya memenuhi hasrat pengkaji, ia turut memiliki beberapa limitasi dan kekurangan dalam dapatan kajian yang diperoleh. Pertama perisian ini tidak dapat mengakses laman media sosial yang didaftarkan secara persendirian. Apabila ini berlaku, pengkaji tidak berjaya mengakses beberapa laman media sosial utama daripada beberapa pemimpin utama seperti Datuk Seri Najib Razak, Tan Sri Muhyiddin Yassin, Tun Mahathir Mohamad, Datuk Seri Zahid Hamidi, Datuk Seri Hadi Awang dan lain-lain lagi. Kebanyakan laman media sosial terbabit memiliki pengikut yang ramai dan sudah tentu bahagian pertama dan kedua dapatan kajian dapat memberikan hasil yang berbeza. Datuk Seri Najib sebagai contoh memiliki lebih kurang 4.4 juta penyokong dan daripada jumlah ini, sudah tentu dapatan yang diperoleh akan menunjukkan analisis yang berbeza daripada yang diperoleh. Begitu juga halnya dengan pemimpin lain seperti Tan Sri Muhyiddin yang turut memiliki akaun *Facebook* berstatus persendirian. Selain itu, ada juga kumpulan laman media sosial yang didaftarkan untuk memberi sokongan kepada parti tertentu seperti DSN Supportes, Perikatan Nasional, Kelab Penyokong PAS dan sebagainya. Kebanyakan kumpulan terbabit turut didaftarkan secara persendirian dan ini mengekang Brandt24 untuk mengakses segala maklumat yang terkandung dalamnya. Apabila dikupas isu ini, Brandt24 juga tertakluk kepada peraturan dan polisi atas talian dan perlu mematuhi peraturan mana-mana penyedia media sosial seperti *Facebook*. Tujuan utama pendaftaran akaun *Facebook* secara persendirian ini disebabkan oleh faktor keselamatan daripada

serangan penggadam dan juga cybertrooper yang sentiasa mencari ruang untuk melemparkan retorik dan persepsi berlawanan dengan isu yang dibincangkan.

Faktor kedua yang menjadi isu dalam kajian ini adalah penggunaan kata kunci berpaling yang terhad. Pengkaji sebenarnya berhasrat untuk memasukkan nama-nama pemimpin politik utama yang sentiasa mendapat perhatian daripada warga maya seperti yang dijelaskan sebelum ini. Namun demikian, pakej pilihan yang ditawarkan untuk pengkaji hanya dihadkan kepada lapan kata kunci sahaja dan ia membataskan kajian ini untuk mengakses sebanyak mungkin data yang relevan dengan kajian yang dijalankan. Sebenarnya Brandt24 masih membenarkan penambahan kata kunci seperti yang diidamkan oleh pengguna. Namun di atas beberapa kekangan, terutamanya kos yang terlalu tinggi, pengkaji perlu meminimumkan kos yang digunakan untuk memastikan kajian ini dapat mencapai hasrat yang diidamkan walaupun dengan menggunakan perbelanjaan yang kecil.

Faktor ketiga yang menjadi isu adalah akses perisian Brandt24 terhadap kesemua data di media sosial dan platform lain. Secara teknikalnya, Brandt24 akan mengutip dan menghimpun kesemua data berdasarkan kata kunci berpaling yang dimasukkan oleh pengkaji. Data yang dikutip ini berlaku secara automatik dan ianya telah disetkan oleh pembangun aplikasi Brandt24. Siasatan secara teknikal dilakukan terhadap setiap data yang diperolehi dan pengkaji mendapati terdapat beberapa warga maya yang mempromosikan produk dan perkhidmatan, menggunakan kata kunci berpaling untuk memasarkan produk dan perkhidmatan mereka. Hal ini berlaku disebabkan parti politik yang disenaraikan sebagai kata kunci memiliki jumlah ahli yang ramai dan ini membuka ruang dan peluang kepada warga maya untuk menarik sebanyak mungkin pembeli untuk memasarkan produk dan perkhidmatan mereka. Melalui siasatan ini, pengkaji menemui sebahagian besar penjual tersebut menggunakan kata kunci PAS, UMNO, Muafakat Nasional, Barisan Nasional dan Pakatan Harapan. Jika diperhatikan kepada analisis sentimen yang dipersembahkan dalam Rajah 2, terdapat 50,000 warga maya yang menunjukkan respon positif dan negatif. Jumlah ini sebenarnya tidak konsisten dengan akses warga maya yang ditunjukkan melalui Rajah 1. Inilah sebenarnya punca kepada bilangan yang tidak konsisten antara akses warga maya terhadap maklumat dan analisis sentiment yang ditunjukkan oleh mereka. Namun hal ini sebenarnya bukanlah suatu masalah yang besar kerana aplikasi Brandt24 memang dibangunkan untuk mana-mana pengguna yang berhasrat menganalisis data secara atas talian, bagi tujuan membina perniagaan atau memantapkan lagi pemasaran produk dan perkhidmatan mereka.

KESIMPULAN

Ringkasnya media dan kandungannya telah berjaya menginstitusikan masyarakat Malaysia secara umum. Media berperanan besar dalam menyampaikan maklumat secara atas talian dan masyarakat yang memiliki pengetahuan dan kepakaran dalam menggunakan peranti pintar dapat mengakses dengan mudah maklumat yang terkandung dalamnya. Kebergantungan masyarakat Malaysia terhadap maklumat ini sangat tinggi dan Malaysia merupakan salah satu negara yang mencatatkan jumlah pengguna media sosial tertinggi di rantau Asia. Media bukan sahaja dapat menyediakan platform untuk membina dan membentuk budaya dan identiti baru, malah media digital turut menjadi asas kepada pembentukan rangkaian dan kumpulan tertentu dalam alam siber. Hal ini mungkin menjadi manfaat kepada penyedia perkhidmatan seperti Telekom Malaysia, *Facebook*, *Twitter* dan sebagainya, tetapi ia secara tidak langsung memberi impak yang kurang baik dalam konteks pembangunan negara bangsa. Walaupun kebergantungan masyarakat terhadap aspek politik di Malaysia tidak dapat dikawal sepenuhnya oleh kerajaan, namun penularan maklumat yang berleluasa dalam media mewujudkan budaya lain yang menjejaskan integriti kerajaan melalui agensi terbabit. Usaha pengawalan terhadap maklumat palsu ini sedikit sebanyak dapat dikawal dan ianya juga turut menjadi pengajaran kepada pihak terbabit agar tidak memalsukan sebarang maklumat penting yang berkait dengan hal keselamatan dan kesihatan rakyat secara umum.

RUJUKAN

Ahmad Rizal Mohd Yusof. 2008. Pendemokrasian internet: Pengaruh komuniti elektronik dalam Pilihanraya Malaysia ke-12. *Prosiding MSC-6*.

- Anon 2017. The sosial listening bible by Brandt24. <https://get.brand24.com/the-sosial-listening-bible-ebook/>. [12 Disember 2020].
- Anon. 2018. The state of sosial selling by Brandt24. <https://brand24.com/the-state-of-sosial-selling/>. [12 Disember 2020].
- Asp, K. 1986. *Mäktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning* [Powerful mass media: studies in political opinion-formation]. Stockholm: Akademilitteratur.
- Block, E. 2013. A Culturalist Approach to the Concept of the Mediatization of Politics: The Age of 'Media Hegemony. *Communication Theory* 23(3): 259–78.
- Farhadloo, M. & Rolland, E. 2016. Fundamentals of Sentiment Analysis and Its Applications. Pedrycz, W. and Chen, S.-M. (eds.). *Sentiment Analysis and Ontology Engineering, Studies in Computational Intelligence* 639, hlm. 1-24. California: Springer.
- Fuchs, C. 2014. *Sosial Media, Politics and the State: Protests, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube*. London: Routledge.
- Grant, Will J., Moon, Brenda and Busby Grant, Janie. 2010. Digital Dialogue? Australian Politicians' Use of the Sosial Network Tool Twitter. *Australian Journal of Political Science* 45(4): 579–604.
- Hepp, A., Hjarvard, S. & Lundby, K. 2015. Mediatization: theorizing the interplay between media, culture and society. *Media, Culture & Society* 37(2): 314–324.
- Hjarvard, S. 2008. The mediatization of society: A theory of the media as agents of sosial and cultural change. *Nordicom Review* 29(2): 105-134.
- Hjarvard, S. 2013. *The Mediatization of Culture and Society*. Oxon: Routledge.
- Kaufmann, M. & Jeandesboz, J. 2017. Politics and 'the digital': From singularity to specificity. *European Journal of Sosial Theory* 20(3): 309–328.
- Llamas, R. & Belk, R. W. 2012. Living in a Digital World. Dlm. Belk, R. W. & Llamas, R. (ed.) *The Routledge Companion to Digital Consumption*, hlm. 1-10. London: Routledge Taylor and Francis Group.
- Mabi, C. & Gruson-Daniel, C. 2018. Political Forms and Movements in the Digital Era. <http://journals.openedition.org/reset/1094>. [10 Mei 2021].
- Malter, A.J. & Rindfleisch, A. 2019. Transitioning to a digital world. *Review of Marketing Research* 16: 1-11.
- Nelson, J.L., Lewis, D.A. & Lei, R. 2016. Digital democracy in America: A look at civic engagement in an internet age. *Journalism & Mass Communication Quarterly* :1–17.
- Shamsul, A.B. 2008. Pembangkang dan kepembangkangan. *Dewan Masyarakat Edisi Khas*: 8-10.
- Suhaimee Saahar, 2008. Isu-isu utama sebelum, semasa dan selepas PRU 12: Satu analisis kandungan blog-blog politik malaysia terpilih. *JEBAT* 35: 81-96.
- Thompson, M. 2019. Digital politics; reframing our politics for the digital age. <https://digileaders.com/digital-politics-reframing-our-politics-for-the-digital-age/>. [12 Mei 2021].
- Zaheruddin Othman & Muhammad Fuad Othman. 2011. Politik kepembangkangan di Malaysia. <https://123dok.com/document/q5pr477y-politik-kepembangkangan-malaysia-zaheruddin-othman-muhammad-othman-abstrak.html>. [18 Mei 2021].
- Zuniga, H.G. & Chen, H.T. 2019. Digital media and politics: Effects of the great information and communication divides. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 63(3): 365–373.

Ahmad Rizal Mohd Yusof, (Ph.D)
 Felo Penyelidik
 Institut Kajian Etnik
 Universiti Kebangsaan Malaysia
 43600, UKM Bangi
 Selangor Darul Ehsan
 E-mel: army@ukm.edu.my

Junaidi Awang Besar, (Ph.D)
Pensyarah
Program Geografi
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan
Universiti Kebangsaan Malaysia
43600, UKM Bangi
Selangor Darul Ehsan
E-mel: jab@ukm.edu.my

Muhammad Najit Sukemi, (Ph. D)
Pensyarah
Fakulti Perniagaan, Ekonomi dan Pembangunan Sosial
Universiti Malaysia Terengganu (UMT),
21030 Kuala Terengganu,
Terengganu
Email: najit@umt.edu.my

Diserahkan: 10 Mei 2021
Diterima: 21 Jun 2021
Diterbitkan: 30 Jun 2021