

---

# PENGARUH LITERASI MEDIA DALAM MENINGKATKAN PENYERTAAN POLITIK PENGUNDI MUDA SEMASA PRU15

*Noriza Nazri*

Universiti Kebangsaan Malaysia,  
norizanazri@yahoo.com

*Normah Mustaffa*

Universiti Kebangsaan Malaysia,  
normahm@ukm.edu.my

---

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF MEDIA LITERACY TO ENHANCE THE POLITICAL PARTICIPATION OF YOUNG VOTERS DURING THE MALAYSIA 15<sup>TH</sup> GENERAL ELECTION

The 15th General Election is a change in Malaysia's political landscape following the gazetting of the voting age limit on 15 December 2021. Potter's media literacy model (2004) was used to test the factors of 1) political personal locus, 2) political knowledge structure and 3) processing information. A study of 750 respondents looked at social media statistics and trends. Political participation readiness through three indicators lead to political participation readiness which is 1) voting awareness, 2) willingness to vote and 3) willingness to participate in campaigns which will ultimately determine the level of literacy of the young voter group.

*Keywords: Media Literacy, Media Literacy theory, social media, political participation, literacy level*

## PENGENALAN

Sistem Demokrasi Berparlimen yang diamalkan di Malaysia terletak di bawah pentadbiran Raja Berperlembagaan dan Seri Paduka Baginda Yang Di-Pertuan Agong sebagai Ketua Negara. Sistem demokrasi berparlimen ini adalah berdasarkan kriteria pembahagian kuasa kepada tiga bahagian dalam pemerintahan iaitu Perundangan, Kehakiman dan Eksekutif (pentadbiran). Parlimen Malaysia merupakan lambang struktur demokrasi Kerajaan dan mencerminkan aspirasi rakyat melalui perwakilan yang dipilih. Parlimen Malaysia merupakan badan penggubal undang-undang tertinggi negara yang terdiri daripada tiga komponen utama Yang Di-Pertuan Agong, Dewan Negara dan Dewan Rakyat.

Sejak tahun 1957, Malaysia mengekalkan sistem politik pelbagai parti yang mana parti politik yang memperoleh majoriti kerusi di Dewan Rakyat atau Dewan Undangan Negeri

boleh menubuhkan Kerajaan Persekutuan atau Kerajaan Negeri. Sistem yang digunakan di Malaysia berasaskan *'First-Past-The-Post-System'* Parlimen Malaysia (2023), ini bermakna calon-calon yang memperoleh majoriti akan diisytiharkan pemenang di bahagian pilihan raya yang berkenaan. Pilihan raya merupakan proses demokrasi yang dijalankan oleh sesebuah negara dalam memastikan pemilihan pemimpin dilaksanakan dengan cara yang teratur mengikut proses undian. Platform yang digunakan untuk menyampaikan mesej adalah melalui pelbagai pendekatan, antaranya melalui manifesto pilihan raya, infografik, ceramah dan pelbagai medium kempen yang digunakan pada ketika ini dan lebih cenderung kepada pendekatan melalui platform media sosial.

Malaysia turut menyaksikan perubahan kepada proses Pilihan Raya ke-15 (PRU 15) yang menyaksikan titik tolak penerimaan masyarakat terutamanya belia terhadap penggunaan media sosial sebagai medan kempen secara dalam talian. Dalam mendepani perubahan kepada penggunaan media sosial pelbagai aspek harus dilihat dan diambil perhatian. Penggunaan media sosial yang dilihat semakin meluas selepas fasa pandemik amat memberi kesan dan ternyata mempengaruhi proses penyampaian maklumat kepada kumpulan pengundi muda.

Dalam penelitian Lee dan Ma (2012), menganggap platform media sosial dianggap sebagai alat penting dan sangat berkuasa yang membolehkan individu mengambil dan berkongsi maklumat di seluruh dunia dalam beberapa minit sahaja. Selain itu, keterujaan untuk memberi maklum balas pantas terhadap sesuatu isu menyebabkan khalayak tidak mempunyai masa untuk menyemak dan mengesahkan maklumat yang diperoleh. Maklumat yang tidak betul ini tersebar di ruang siber, menjadikannya penuh dengan berita palsu atau mesej palsu. Pandangan ini disokong oleh Fatimah Akmal dan Ali Salman (2015), yang menjalankan kajian untuk mengenal pasti implikasi penggunaan media baharu terhadap politik di Malaysia. Mereka mendapati majoriti responden bersetuju bahawa media baharu menyumbang dan berperanan sebagai medium penyebaran maklumat politik. Dapatan kajian ini selari dengan Nursyahida Zulkifli et al. (2022) yang menyimpulkan konsep penglibatan politik media baharu menunjukkan kebolehpercayaan belia terhadap maklumat di media baharu adalah lebih tinggi berbanding dengan maklumat yang disampaikan melalui media tradisional. Ini menunjukkan kebergantungan yang ketara terhadap media sosial baharu.

Merujuk hasil kajian Ali Salman et al. (2018), media baharu kini mula mengambil alih peranan media tradisional. Bukan itu sahaja, malah media sosial bertanggungjawab sebagai ejen bagi menyebarkan propaganda untuk mempengaruhi keputusan undi rakyat terutamanya menjelang pilihan raya. Hasil kajiannya menunjukkan 18.2% belia lebih suka menggunakan media sosial (kontemporari) dan bukannya media tradisional (konvensional) dalam segala urusan parti politik.

Literasi media menurut Aufderheide (1993) dan Hobbs (2010) adalah keupayaan untuk menghasilkan mesej media sebagai komponen penting literasi, manakala menurut Jeong, Cho dan Hwang (2012) dalam penyelidikannya mendapati bahawa intervensi pendidikan literasi media selalunya berjaya dan mempunyai kesan positif terhadap pengetahuan media, kritikan, gambaran realistik, pengaruh, kepercayaan tingkah laku, sikap, efikasi sendiri, dan tingkah laku. Namun begitu menurut Potter (2012), "literasi media adalah kebimbangan yang menuntut kita melakukan sesuatu. Walau bagaimanapun, melakukan sesuatu sebelum menjelaskan apa yang perlu kita lakukan tidak mungkin mengurangkan risiko kesan berbahaya, dan ia mungkin akan memburukkan lagi keadaan."

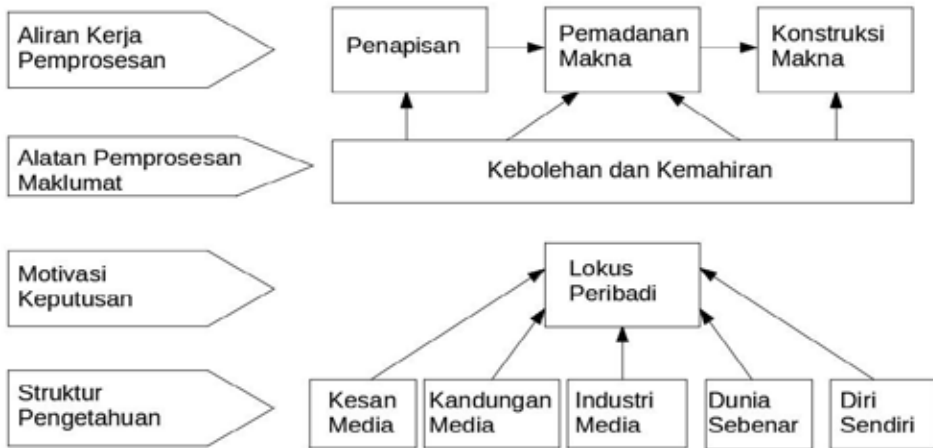
Apabila menyentuh perspektif kempen media sosial artikel ini juga melihat daripada lokus peribadi politik oleh Kristoffer Holt et al., (2013) yang menjelaskan bahawa semasa kempen pilihan raya umum Sweden 2010, dapatan menunjukkan 1) perbezaan yang ketara dalam penggunaan media antara kumpulan umur dan 2) penggunaan kedua medium iaitu media sosial politik dan perhatian kepada berita politik di media tradisional meningkatkan penglibatan politik dari semasa ke semasa. Justeru, kajian ini turut mencadangkan penggunaan media sosial yang kerap dalam kalangan warga muda boleh berfungsi sebagai penyamarataan dari segi memotivasikan penyertaan politik.

Artikel ini akan membincangkan dari sudut statistik dan trend sosial media dan menyentuh tiga indikator literasi media akan dinilai, iaitu Lokus Peribadi yang merujuk kepada (1) platform mencari maklumat media sosial, (2) minat politik, dan (3) pengaruh minat politik. Struktur pengetahuan politik pula melibatkan tiga aspek, iaitu (1) maklumat demokrasi (2) maklumat pilihan raya dan 3) maklumat parti politik. Pemprosesan maklumat merujuk analisis dan penilaian yang melihat dari sudut demografi, medium media sosial mengikut keutamaan, sebagai indikator penilaian kecenderungan penggunaan media sosial yang membawa kepada kesediaan penyertaan politik dalam kalangan pengundi muda. Kesediaan penyertaan politik pula penilaian daripada tiga perspektif: (1) kesedaran mengundi, (2) kesediaan mengundi dan (3) kesediaan menyertai kempen.

## TEORI

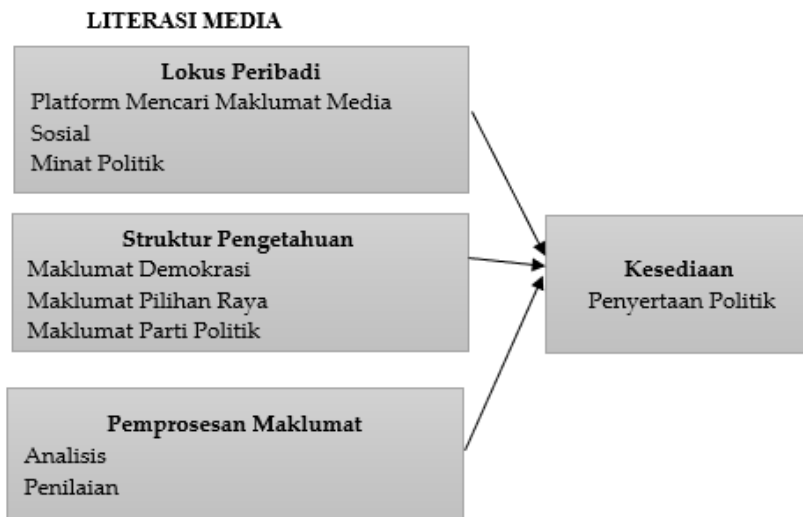
Model kognitif media literasi (Potter, 2004) merupakan rangka kerja teori untuk kajian ini. Tujuan asas teori literasi adalah untuk membantu para penonton atau pengguna media menganalisis mesej yang disampaikan oleh media massa, pertimbangkan objektif komersial dan politik di belakang imej atau mesej media, dan meneliti siapa yang bertanggungjawab terhadap mesej atau idea yang tersirat oleh mesej atau imej. Beberapa faktor dianggap mempengaruhi literasi keseluruhan, termasuk pengetahuan yang perlu disediakan untuk pendedahan kepada media serta cara individu memproses maklumat apabila terdedah. Potter berhujah bahawa modelnya memerlukan lebih banyak “pemprosesan maklumat secara sedar” dan “persediaan forexposures” daripada konseptualisasi awal literasi media.

**Empat Faktor Utama**



**Rajah 1. Model Kognitif Teori Literasi Media James W. Potter (2004)**

Melalui model kognitif Teori Literasi Media James W.Potter (2004), kerangka kajian dibangunkan berdasarkan tiga elemen berhubung literasi media, iaitu lokus peribadi, struktur pengetahuan, dan pemprosesan maklumat merupakan faktor yang mempengaruhi penyertaan politik yang membawa kepada kesedaran mengundi, kesediaan mengundi dan kesediaan menyertai kempen semasa pilihan raya.



*Rajah 2. Kerangka Kajian*

Tiga elemen di bawah literasi media merujuk pada yang berikut:

- **Lokus Peribadi/ Pengendalian Diri**  
Lokus peribadi adalah istilah yang merujuk pengaturan tugas memproses maklumat. Ini juga merupakan bentuk dan makna maksud pembinaan yang sepadan melalui matlamat dan kawalan. Matlamat membentuk tugas pemprosesan maklumat dengan menentukan apa yang akan diterima dan apa yang akan diabaikan. Semakin jelas matlamat yang ditetapkan, semakin mudah proses maklumat dijalankan dengan segera. Malah, semakin teratur kawalan maklumat yang diperolehi, semakin pantas tujuan dapat dicapai. Walau bagaimanapun, lokus yang lemah (tidak menyedari matlamat tertentu dan tenaga kawalan adalah rendah), akan menyebabkan kegagalan mengawal media semakin nyata iaitu, membenarkan media meneroka diri dan mengawal pemprosesan maklumat secara tidak berkesan (Potter, 2013).
- **Struktur Pengetahuan**  
Literasi media merupakan perspektif seseorang yang mempunyai akses kepada media dan membuat penafsiran terhadap mesej yang diterima. Daripada perspektif seseorang terhadap media ini pembinaan struktur pengetahuan akan berlaku. Struktur pengetahuan merupakan asas seseorang individu itu mendapatkan pelbagai input untuk melihat perkara-perkara berhubung media yang melibatkan banyak pihak, iaitu organisasi media, kandungan media dan pengaruh mereka terhadap individu dan struktur pengetahuan yang lebih banyak yang dimiliki, semakin banyak input berhubung media yang diperolehi. Retetan perkembangan struktur pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, lebih banyak konteks yang boleh digunakan untuk membantu dan memahami apa yang diperolehi melalui media (Potter, 2013).
- **Alatan Pemprosesan Maklumat**  
Kebolehan dan kemahiran merupakan alat untuk melaksanakan perancangan atau alatan pemprosesan maklumat. Kebolehan adalah alat untuk membantu seseorang berinteraksi dengan media dan mengakses maklumat dalam mesej (Potter, 2013). Kebolehan yang dipelajari pada permulaan kehidupan akan digunakan secara automatik. Kebolehan relatif dikotomi: iaitu seseorang boleh melakukan sesuatu atau mereka tidak boleh melakukannya. Sebagai contoh, seseorang tahu bagaimana mengenali kata-kata dan maknanya mengikut pengertian atau tidak. Memiliki kebolehan tidak menjadikan satu media literasi, tetapi kekurangan kebolehan ini menghalang seseorang daripada menjadi celik media kerana kekurangan ini menghalang seseorang daripada mengakses maklumat tertentu dengan berkesan. Sebaliknya, kemahiran adalah medium yang dibangunkan oleh orang ramai melalui amalan secara berterusan. Kemahiran tertentu dapat dipupuk dan dipraktis. Keadaan ini menjadikan sesetengah individu mempunyai keupayaan yang sedikit dan bakinya mempunyai keupayaan yang sangat besar. Tanpa latihan, kemahiran semakin lama akan semakin berkurangan dan akhirnya menjadi lemah. Sebaliknya, latihan yang berterusan akan membuat seseorang menjadi lebih mahir dan fokus.

Secara menyeluruh proses literasi media merujuk bagaimana pengguna dapat memproses pengetahuan yang diperolehi melalui media dikenalpasti. Tahap kemahiran literasi pengguna media akan menentukan sama ada mereka akan terjejas dengan perkara negatif oleh media. Pengguna yang mempunyai kemahiran literasi yang baik, individu tersebut akan dapat

menapis dan membezakan maklumat mana yang boleh dipercayai atau tidak. Kajian ini mengkaji bagaimana elemen struktur pengetahuan melalui trend penggunaan media sosial membantu untuk melihat secara mendalam tahap literasi media dalam kalangan pengundi muda yang membawa kepada kesediaan penyertaan politik kumpulan ini.

## **METODOLOGI**

Kajian ini menggunakan kaedah penyelidikan campuran iaitu gabungan kuantitatif dan kualitatif. Penyelidikan secara campuran ini adalah untuk memantapkan sokongan terhadap sesuatu isu, hujah atau dapatan yang diperolehi. Penggabungan kaedah ini membolehkan dapatan secara lebih terperinci, tepat dan mendalam Bryman (2006).

Menurut Creswell (2008), kajian kuantitatif merupakan penyelidikan pendidikan yang melibatkan pengkaji memutuskan apa-apa yang hendak dikaji, bertanya soalan yang khusus, mengecilkan skop soalan, mengumpulkan data yang boleh dikuantitatifkan daripada peserta, menganalisis nombor-nombor tersebut menggunakan statistik dan menjalankan inkuiri dalam bentuk objektif dan tidak bias. Analisis menggunakan perisian IBM Statistical Package for Social Science (SPSS) versi ke-26.

Pensampelan kajian ini melibatkan responden dalam kalangan pengundi muda seluruh Malaysia berdasarkan julat umur 18 hingga 40 tahun mengikut pentakrifan yang masih dipraktikkan oleh Kerajaan Malaysia sebagai belia. Ini juga adalah merujuk kepada populasi penduduk mengikut data Jabatan Perangkaan Malaysia berdasarkan klasifikasi umur di dalam kategori pengundi muda. Jumlah responden terlibat di dalam kajian ini adalah seramai 750 orang responden yang mewakili enam zon di seluruh Malaysia, iaitu Zon Utara, Zon Selatan, Zon Timur, Zon Tengah, Sabah dan Sarawak. Generalisasi bagi penentuan jumlah responden yang lebih besar dalam kajian ini bertujuan supaya hasil dapatan kajian dapat digunakan, dipanjangkan atau diumumkan pada populasi yang berbeza dan dalam situasi yang berlainan dengan tujuan kajian itu dapat digunakan dalam populasi dan skop yang lebih besar agar lebih tinggi nilai penggunaannya. Pembahagian zon ini juga merujuk kepada dua klasifikasi iaitu kawasan bandar dan luar bandar bagi melihat sekiranya ada jurang dalam dapatan kajian mengikut lokaliti responden. Kaedah penentuan sampel kajian adalah berdasarkan jadual penentuan saiz sampel Krejcie dan Morgan (1970). Dalam kajian ini, borang soal selidik dibangunkan dengan merujuk kepada model kajian lepas dan item model kajian yang digunakan. Responden yang terlibat di dalam kajian ini adalah secara sukarela dan bagi menjaga privasi responden yang terlibat identiti responden kajian adalah dirahsiakan. Instrumen kajian bagi penyelidikan ini adalah soal selidik yang diklasifikasikan kepada lima struktur soalan iaitu demografi, lokus peribadi, struktur pengetahuan politik, struktur kemahiran memproses maklumat politik dan kesediaan penyertaan politik.

Menurut Burns (2000), pemilihan rekabentuk kajian kualitatif dalam sesuatu kajian sesuai apabila kajian itu melibatkan pemerhatian seseorang individu, satu unit, satu kumpulan manusia, keluarga atau masyarakat, peristiwa atau budaya. Penggunaan kaedah kualitatif membolehkan pengkaji memerhati tingkah laku dan memahami secara mendalam tentang sesuatu subjek, fokus kepada aspek proses berbanding output, mementingkan penemuan dan bukannya pengesahan teori. Kaedah kualitatif ini juga membolehkan pelaksanaan kajian dilakukan secara menyeluruh bagi mengetahui ciri-ciri dalaman sesuatu isu yang dikaji. Menurut Irwanto (1998) pula, mengenai definisi Perbincangan Kumpulan Fokus adalah satu proses pengumpulan maklumat tentang sesuatu masalah yang spesifik

melalui perbincangan kumpulan. Kajian ini menggunakan perbincangan kumpulan fokus ke atas 20 informan dari dua negeri, iaitu Pulau Pinang (10) dan Sabah (10) yang mempunyai kaitan rapat dengan isu yang dikaji.

## DEMOGRAFI

Survei melalui borang soal selidik dijalankan bagi mendapatkan gambaran keseluruhan tentang faktor lokus peribadi politik, struktur pengetahuan politik dan struktur kemahiran proses maklumat politik terhadap kesediaan penyertaan politik dalam kalangan pengundi muda di Malaysia.

**Jadual 1. Demografi Responden**

Item	Kekerapan (f)	Peratusan (%)
<b>Jantina</b>		
Lelaki	280	37.3
Perempuan	470	62.7
<b>Umur</b>		
18-25	547	72.9
26-33	111	14.8
34-40	92	12.3
<b>Agama</b>		
Islam	634	84.5
Hindu	47	6.3
Kristian	36	4.8
Buddha	25	3.3
Lain-Lain	8	1.1
<b>Etnik</b>		
Melayu	556	74.1
Cina	43	5.7
India	20	2.7
Lain-lain	131	17.5
<b>Pendapatan Isi Rumah</b>		
B40 (RM1929-RM4850)	527	70.3
M40 (RM5336-RM10,970)	162	21.6
T20 (RM12,586-RM15,041)>	61	8.1
<b>Kawasan Bermastautin</b>		
Selangor	153	20.4
Sabah	100	13.3
Sarawak	84	11.2
Johor	83	11.1

Item	Kekerapan (f)	Peratusan (%)
Kuala Lumpur	65	8.7
Kedah	61	8.1
Pulau Pinang	60	8.0
Terengganu	51	6.8
Pahang	48	6.4
Melaka	42	5.6
Kelantan	3	0.4

**Taraf Pendidikan**

	Responden	Ibu	Bapa
Sekolah Rendah		147 (19.6)	125 (16.7)
SRP		84 (11.2)	104 (13.8)
SPM	220 (29.3)	289 (38.5)	268 (35.7)
Diploma	268 (35.8)	138 (18.4)	135 (18)
Ijazah	243 (32.4)	74 (9.9)	92 (12.3)
Sarjana	19 (2.5)	18 (2.4)	26 (3.5)

(n=750)

Jadual 1 menunjukkan demografi responden, iaitu maklumat berkaitan jantina, umur, agama, etnik, pendapatan isi rumah, taraf pendidikan dan kawasan bermastautin responden terlibat. Daripada 750 orang responden, seramai 470 orang adalah perempuan (62.7 peratus) dan selebihnya 280 orang terdiri daripada responden lelaki (37.3 peratus). Majoriti responden kajian adalah terdiri dalam kelompok pengundi muda baharu yang berumur dalam lingkungan 18-25 tahun iaitu seramai 547 orang (72.9 peratus). Kelompok umur kedua tertinggi responden adalah responden berumur 26-33 tahun iaitu seramai 111 orang (14.8 peratus). Manakala kelompok umur terendah iaitu 34-40 tahun adalah seramai 92 orang (12.3 peratus).

Responden beragama Islam merupakan responden paling ramai bagi kajian ini yang selari dengan jumlah bancian populasi penduduk 2020 yang menunjukkan (63.5 peratus) daripada 32.4 juta populasi rakyat Malaysia beragama Islam. Sehubungan itu, responden kajian ini adalah seramai 634 orang (84.5 peratus) adalah beragama Islam. Ini diikuti oleh responden beragama Hindu seramai 47 orang (6.3 peratus), responden beragama Kristian 36 orang (4.8 peratus), dan responden beragama Buddha seramai 25 orang (3.3 peratus). Sementara itu, responden beragama lain seperti Sikh, Toa, Bahai berada pada kadar peratusan paling rendah, iaitu hanya seramai 8 orang (1.1 peratus).

Dari segi taburan bangsa pula, sebahagian besar responden kajian adalah berbangsa Melayu, iaitu seramai 556 orang (74.1 peratus). Ini diikuti oleh responden berbangsa Cina seramai 43 orang (5.7 peratus) dan responden berbangsa India seramai 20 orang (2.7 peratus). Manakala seramai 131 orang (17.5 peratus) responden adalah terdiri daripada pelbagai bangsa lain seperti Kadazan adalah seramai 37 orang (4.9 peratus), responden berbangsa Dusun 15 orang (2.0 peratus), responden berbangsa Bajau seramai 13 orang (1.7 peratus), responden berbangsa Bugis dan Bumiputera Sarawak masing-masing berjumlah 10 orang, iaitu (1.3



peratus). Responden daripada lima etnik daripada Sabah dan Sarawak, iaitu Malanau, Iban, Sungai, Murut dan Kedayan masing-masing mencatatkan responden berjumlah 7 orang (0.9 peratus) bagi setiap etnik berkenaan. Responden berbangsa Brunei dan Suluk merupakan responden terendah bagi kajian ini iaitu masing-masing seramai 4 orang (0.5 peratus).

## DAPATAN KAJIAN

### Trend Penggunaan Sosial Media

Perubahan landskap politik negara signifikannya adalah dipengaruhi oleh perubahan sikap dan trend penyampaian maklumat melalui digital yang bergerak pantas tanpa sekatan dan sempadan. Perubahan penggunaan medium kempen terutamanya di media sosial memberi impak yang amat besar kepada senario politik negara. Medium digital mula mengambil platform penyampaian maklumat bermula pada 2008, manakala PRU 2013 pula merupakan titik perubahan yang digelar sebagai pilihan raya media sosial kerana semua pelantar ini digunakan secara aktif dalam penyaluran dan penyebaran maklumat.

Pindaan Perlembagaan Persekutuan di Dewan Rakyat pada 15 Disember 2021 yang membawa kepada pewartaan had umur mengundi dipinda kepada 18 tahun. Berdasarkan pewartaan ini klasifikasi belia yang layak mengundi adalah berumur diantara 18-40 tahun seiring dengan pelaksanaan pendaftaran secara automatik bagi yang memenuhi syarat kelayakan. Berdasarkan statistik yang dikeluarkan Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR), seramai 10.6 juta pengundi berusia 18 hingga 39 tahun di seluruh negara adalah layak mengundi untuk PRU 15 ini. Perubahan ini menyaksikan warganegara berumur 18 tahun diiktiraf sebagai layak mengundi. Pada hari ini pengundi yang berusia 18 tahun ini telah mendapat jolokan sebagai Pengundi 18 atau Undi18 atau Pengundi Muda Baharu.

Signifikan perubahan ini dapat dilihat melalui pelbagai aspek dan kajian ini akan mengupas beberapa dapatan daripada persoalan berhubung statistik dan trend media sosial dalam kalangan pengundi muda ini. Daripada keseluruhan responden kajian kecenderungan penggunaan media sosial ini akan dinilai melalui kekerapan penggunaan media sosial, jumlah akaun media sosial berdaftar dan platform mencari maklumat media sosial.

**Jadual 2. Kekerapan Penggunaan Media Sosial**

Kekerapan Penggunaan Media Sosial	Kekerapan (f)	Peratusan (%)
Kurang 1 jam	79	10.5
1 hingga 3 jam	221	29.5
4 hingga 6 jam	251	33.5
Melebihi 6 jam	199	26.5

(n=750)

Jadual 2 menunjukkan kekerapan penggunaan media sosial, iaitu 251 orang responden (33.5 peratus) cenderung menggunakan media sosial dalam tempoh 4 hingga 6 jam sehari. Ini diikuti seramai 221 responden (29.5 peratus) menggunakan media sosial dalam tempoh 1 hingga 3 jam dan diikuti 199 responden (26.5 peratus) menggunakan media sosial melebihi

6 jam. Ini menunjukkan kekerapan penggunaan media sosial dalam kalangan responden berada pada tahap yang tinggi. Dapatan ini selari dengan Kajian Pengguna Internet yang telah dijalankan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia pada 2020 berbanding 2018 yang menunjukkan peningkatan masa penggunaan Internet dalam tempoh 1-4 jam mencatatkan peningkatan sebanyak (14 peratus). Hanya 79 orang responden (10.5 peratus) menggunakan media sosial dalam tempoh kurang 1 jam.

Kajian Chung Jia Ee (2023) juga mendapati peratusan penggunaan media sosial yang tinggi dalam kalangan 100 responden kajian, (77 peratus) responden kajian mencatatkan penggunaan media sosial melebihi empat jam sehari. Kebanyakan responden juga memiliki lebih daripada tiga akaun media sosial dan dapatan kajian ini menunjukkan kebanyakan responden menghabiskan separuh masa siang mereka menggunakan media sosial untuk tujuan hiburan, mengikuti acara semasa dan kekal berhubung dengan orang lain.

**Jadual 3. Jumlah Akaun Media Sosial Berdaftar**

Jumlah Akaun Media Sosial Berdaftar	Kekerapan (f)	Peratusan (%)
1 hingga 2 Akaun Media Sosial	72	9.6
3 hingga 4 Akaun Media Sosial	568	75.7
5 hingga 6 Akaun Media Sosial	91	12.1
7 dan lebih Akaun Media Sosial	19	2.5

(n = 750)

Jadual 3 menunjukkan skala berkaitan pemilikan akaun media sosial berdaftar bagi responden kajian. Pengguna yang mempunyai jumlah akaun media sosial sebanyak 3 hingga 4 akaun media sosial menunjukkan jumlah responden teramai iaitu 568 orang responden (75.7 peratus) dan diikuti oleh pengguna yang memiliki 5 hingga 6 akaun media sosial berdaftar seramai 91 orang responden (12.1 peratus). Responden yang memiliki 1 hingga 2 akaun media sosial mencatatkan 72 orang responden (9.6 peratus). Pemilikan 7 akaun media sosial dan lebih hanya melibatkan 19 orang responden (2.5 peratus). Berdasarkan maklum balas responden pemilikan akaun media sosial berjumlah 3 dan 4 akaun media sosial atau lebih ini berdasarkan kepada keperluan penggunaan media sosial bagi pelbagai tujuan tertentu seperti sosial, pendidikan dan perniagaan.

Seterusnya Jadual 4 menunjukkan platform yang digunakan untuk mencari maklumat politik adalah melalui media sosial yang melibatkan seramai 693 orang responden (92.4 peratus). Ini diikuti oleh media elektronik seramai 33 responden (4.4 peratus) dan penggunaan platform media cetak hanya 24 orang responden (3.2 peratus). Trend penggunaan media sosial dalam mendapatkan maklumat politik ini adalah seiring dengan perubahan corak semasa di mana semenjak perintah kawalan pergerakan (PKP) dilaksanakan penggunaan medium media sosial ini semakin meningkat sehingga hari ini. Kementerian Komunikasi dan Digital dalam kenyataannya pada 2021 merekodkan 28 juta (86 peratus) daripada populasi penduduk negara merupakan pengguna media sosial.

**Jadual 4. Platform Mencari Maklumat Media Sosial**

	Kekerapan (f)	Peratusan (%)
<b>Platform Mencari Maklumat Politik</b>		
Media Sosial	693	92.4
Media Elektronik	33	4.4
Media Cetak	24	3.2
<b>Tiga Platform Media Sosial Mengikut Keutamaan</b>		
Instagram	349	46.5
WhatsApp	249	33.2
TikTok	203	27.1
<b>Tiga Tujuan Penggunaan Media Sosial Mengikut Keutamaan</b>		
Sosial	488	65.1
Hiburan	485	64.7
Pendidikan	378	50.4

(n = 750)

Jadual 4 juga menunjukkan platform media sosial yang digunakan mengikut keutamaan adalah Instagram. Dapatan kajian menunjukkan seramai 349 orang responden (46.5 peratus) aktif menggunakan Instagram. Bagi penggunaan WhatsApp pula seramai 249 orang responden (33.2 peratus) menggunakan platform ini dan diikuti dengan TikTok seramai 203 orang responden (27.1 peratus). Dalam hal ini, media sosial makin mendapat tempat dalam kalangan pengundi muda kerana mereka terdedah dengan persekitaran yang kaya media, ledakan perkongsian maklumat yang cepat dengan penggunaan peranti yang lengkap dengan capaian kemudahan Internet menyokong perkembangan trend kebergantungan pada media sosial.

Penggunaan media sosial bagi tujuan sosial dalam kalangan responden menunjukkan hasil dapatan tertinggi seramai 488 orang responden (65.1 peratus) menggunakan media sosial bagi tujuan sosial seperti berhubung di antara seorang individu dan individu yang lain melalui medium ini. Hiburan juga merupakan satu perkara yang mendorong kepada penggunaan media sosial. Dapatan menunjukkan 485 orang responden (64.7 peratus) dalam kalangan belia mengakses media sosial untuk tujuan hiburan. Ini kerana kemudahan akses untuk berhibur melalui media sosial adalah amat terbuka seperti permainan video dalam talian, *Youtube*, akses kepada saluran tontonan filem dan sebagainya. Pelbagai pendekatan ini dapat memenuhi keperluan dan memudahkan responden mendapatkan hiburan melalui platform tersebut. Untuk tujuan pendidikan turut mendapat jumlah responden yang tinggi dalam penggunaan media sosial, iaitu seramai 378 orang responden (50.4 peratus) mengakses media sosial bagi tujuan pendidikan. Ini kerana responden kajian terdiri daripada kumpulan usia pelajar dan ini menyokong kepada keperluan media sosial untuk akses kepada pencarian maklumat, pembelajaran dan keperluan pengajian melalui kelas dalam talian dan sebagainya.

### Analisis Lokus Peribadi Politik

Jadual 5 menunjukkan analisis berhubung lokus peribadi yang menilai matlamat penggunaan media dalam kalangan responden. Kepentingan medium media yang digunakan adalah dipengaruhi oleh matlamat dan kawalan yang menentukan kecenderungan medium yang digunakan untuk akses kepada maklumat yang diperlukan. Responden melihat daripada pelbagai medium media yang dirasakan bersesuaian untuk memenuhi matlamat penggunaan media yang mudah untuk diakses dalam mendapatkan maklumat politik.

**Jadual 5. Platform Mencari Maklumat Media Sosial**

No.	Kenyataan	Min	SD
GM7	Saya menggunakan TikTok untuk mencari maklumat politik	3.86	1.50
GM4	Saya menggunakan Facebook untuk mencari maklumat politik	3.83	1.45
GM6	Saya menggunakan Instagram untuk mencari maklumat politik	3.79	1.48
GM13	Saya menggunakan TikTok untuk mencari maklumat kempen	3.74	1.51
GM12	Saya menggunakan Instagram untuk mencari maklumat kempen	3.67	1.49
GM10	Saya menggunakan Facebook untuk mencari maklumat kempen	3.64	1.51
GM5	Saya menggunakan WhatsApp untuk mencari maklumat politik	3.47	1.49
GM1	Saya menggunakan televisyen untuk mencari maklumat politik	3.45	1.42
GM11	Saya menggunakan WhatsApp untuk mencari maklumat kempen	3.44	1.51
GM3	Saya menggunakan Twitter untuk mencari maklumat politik	3.43	1.67
GM8	Saya menggunakan televisyen untuk mencari maklumat kempen	3.42	1.50
GM14	Saya menggunakan Twitter untuk mencari maklumat kempen	3.39	1.64
GM2	Saya menggunakan surat khabar untuk mencari maklumat politik	2.76	1.48
GM9	Saya menggunakan surat khabar untuk mencari maklumat kempen	2.74	1.49

Majoriti responden bersetuju TikTok (min=3.86, SD=1.50), Facebook (min=3.83, SD=1.45) dan Instagram (min=3.79, SD=1.48) merupakan medium yang paling banyak digunakan untuk mencari maklumat politik. TikTok untuk mencari maklumat kempen juga merupakan medium yang penting dalam situasi kempen kerana pelantar ini merupakan platform yang dekat dengan pengundi muda (min=3.74, SD=1.51), diikuti Instagram (min=3.67, SD=1.49) dan Facebook (min=3.64, SD=1.51). WhatsApp (min=3.47, SD=1.49) dan televisyen (min=3.45, SD=1.42) turut digunakan untuk mencari maklumat politik.

Selain itu, responden menggunakan WhatsApp untuk mencari maklumat kempen (min=3.44, SD=1.51), Twitter untuk mencari maklumat politik (min=3.43, SD=1.67), televisyen untuk mencari maklumat kempen (min=3.42, SD=1.50), surat khabar untuk mencari maklumat politik (min=2.76, SD=1.48) dan kempen (min=2.74, SD=1.49).

**Jadual 6. Minat Politik**

No.	Kenyataan	Min	SD
MP13	Saya menonton klip video politik di YouTube	3.10	1.50
MP15	Saya mengikuti perkembangan pemimpin di Facebook	2.99	1.55
MP14	Saya mengikuti perkembangan pemimpin di Twitter	2.97	1.60
MP3	Saya menyertai sebarang aktiviti pendidikan yang dianjurkan oleh parti politik	2.88	1.49
MP16	Saya mempunyai tahap minat politik yang tinggi	2.85	1.47
MP12	Saya berkongsi maklumat politik dengan orang lain atau kenalan di media sosial (memuat naik status)	2.59	1.49
MP2	Saya menyertai sebarang aktiviti komuniti yang dianjurkan oleh parti politik	2.56	1.48
MP1	Saya menyertai sebarang aktiviti sukan yang dianjurkan oleh parti politik	2.52	1.50
MP5	Saya membahaskan isu politik secara bersemuka	2.45	1.48
MP8	Saya menyertai forum yang membincangkan isu politik di media sosial	2.41	1.46
MP9	Saya membahaskan isu politik di media sosial	2.36	1.47
MP10	Saya menandatangani petisyen di media sosial	2.36	1.47
MP7	Saya berkomunikasi dengan ahli politik secara bersemuka	2.31	1.46
MP6	Saya menandatangani petisyen secara bersemuka	2.26	1.39
MP4	Saya menyertai perhimpunan/mesyuarat politik secara bersemuka	2.25	1.44
MP11	Saya berkomunikasi dengan ahli politik di media sosial	2.17	1.39

Jadual 6 melihat perspektif minat politik dalam kalangan responden. Analisis dilaksanakan dengan penilaian daripada pelbagai aspek berkaitan usaha pencerahan dan pencerdasan politik dalam kalangan pengundi muda. Kajian ini melihat minat politik pengundi muda dalam aspek kematangan dan pengetahuan terhadap minat untuk keterlibatan dalam politik negara.

Namun begitu analisis menunjukkan penilaian minat politik berada pada tahap sederhana seperti medium media sosial mempengaruhi responden menonton klip video politik di YouTube berada pada (min=3.10, SD=1.50). Begitu juga untuk penilaian responden turut mengikuti perkembangan pemimpin di Facebook (min=2.99, SD=1.55) dan Twitter (min=2.97, SD=1.60). Menyertai sebarang aktiviti pendidikan dianjurkan oleh parti politik (min=2.88, SD=1.49), tahap minat politik (min=2.85, SD=1.47).

Untuk analisis seterusnya berada pada tahap rendah berhubung penilaian seperti berkongsi maklumat politik dengan orang lain atau kenalan di media sosial (memuat naik status) (min=2.59, SD=1.49). Menyertai aktiviti komuniti yang dianjurkan oleh parti politik (min=2.56, SD=1.48) dan sebarang aktiviti sukan yang dianjurkan oleh parti politik (min=2.52, SD=1.50). Membahaskan isu politik secara bersemuka (min=2.45, SD=1.48). Menyertai forum yang membincangkan isu politik di media sosial (min=2.41, SD=1.46) dan membahaskan isu politik di media sosial (min=2.36, SD=1.47). Keterlibatan responden untuk melibatkan diri menandatangani petisyen di media sosial (min=2.36, SD=1.47). Menandatangani petisyen

secara bersemuka menunjukkan keputusan skala rendah (min=2.26, SD=1.39). Responden juga mencatatkan keputusan skala rendah bagi berkomunikasi dengan ahli politik secara bersemuka (min=2.31, SD=1.46) begitu juga penyertaan dalam perhimpunan/mesyuarat politik secara bersemuka (min=2.25, SD=1.44). Berkomunikasi dengan ahli politik di media sosial (min=2.17, SD=1.39).

**Jadual 7. Pengaruh Minat Politik**

No.	Kenyataan	Min	SD
KP10	Minat politik saya dipengaruhi oleh TikTok.	3.05	1.57
KP1	Minat politik saya dipengaruhi oleh ibu bapa	2.96	1.53
KP4	Minat politik saya dipengaruhi oleh pembelajaran di sekolah	2.86	1.47
KP9	Minat politik saya dipengaruhi oleh Instagram	2.85	1.51
KP11	Minat politik saya dipengaruhi oleh WhatsApp	2.81	1.49
KP8	Minat politik saya dipengaruhi oleh Twitter	2.79	1.57
KP7	Minat politik saya dipengaruhi oleh Facebook	2.79	1.51
KP3	Minat politik saya dipengaruhi oleh rakan-rakan	2.74	1.47
KP6	Minat politik saya dipengaruhi oleh televisyen	2.73	1.48
KP2	Minat politik saya dipengaruhi oleh adik-beradik	2.36	1.40

Merujuk kepada Jadual 7, minat politik responden adalah dipengaruhi oleh TikTok dan berada di dalam tahap sederhana (min=3.05, SD=1.57). Begitu juga minat politik turut dipengaruhi oleh ibu bapa (min=2.96, SD=1.53). Pengaruh daripada pembelajaran di sekolah (min=2.86, SD=1.47). Minat politik juga dipengaruhi oleh Instagram (min=2.85, SD=1.51), WhatsApp (min=2.81, SD=1.49), Twitter (min=2.79, SD=1.57), Facebook (min=2.79, SD=1.51), rakan-rakan (min=2.74, SD=1.47), Minat politik juga dipengaruhi oleh televisyen (min=2.74, SD=1.47) dan adik-beradik (min=2.36, SD=1.40).

Keseluruhan analisis berada pada tahap sederhana berhubung penilaian minat politik. Biarpun literasi media membentuk kefahaman dan kuasa untuk memilih dalam kalangan pengundi muda namun dapatan menunjukkan kecenderungan pengundi muda terhadap minat politik masih berada pada tahap sederhana kerana responden mengambil pendekatan untuk melihat dahulu senario politik sehubungan kerana itu pengalaman kali pertama mereka. Kebanyakan responden juga menjadikan pengalaman kali pertama sebagai pengundi sebagai penentuan hala tuju berhubung minat politik mereka dan sokongan kepada parti yang bertanding.

**Struktur Pengetahuan Politik**

Bahagian struktur pengetahuan politik turut membuat penilaian kepada tiga aspek utama iaitu maklumat demokrasi, maklumat pilihan raya dan maklumat parti. Kepentingan untuk mengetahui kecenderungan responden kajian dalam struktur pengetahuan politik adalah untuk melihat sejauh mana responden mengetahui sistem pentadbiran negara, perkara berkaitan pilihan raya dan parti-parti politik yang ada. Ini merupakan indikator dalam penilaian struktur pengetahuan responden berhubung politik negara.

**Jadual 8. Maklumat Demokrasi**

No.	Kenyataan	Min	SD
MD7	Dalam Perlembagaan Persekutuan, Bahasa Melayu adalah bahasa kebangsaan dan bahasa rasmi di negara.	4.63	0.89
MD3	Malaysia mengamalkan pentadbiran Raja Berperlembagaan dengan Seri Paduka Baginda Yang di-Pertuan Agong sebagai Ketua Negara	4.61	0.88
MD5	Parlimen Malaysia terdiri daripada Seri Paduka Baginda Yang di-Pertuan Agong, Dewan Negara dan Dewan Rakyat	4.47	1.03
MD2	Di Malaysia, badan perundangan dinamakan Parlimen yang berkuasa penuh membentuk undang-undang negara	4.43	1.09
MD1	Perlembagaan Persekutuan Malaysia adalah undang-undang tertinggi di Malaysia	4.43	1.06
MD4	Di Malaysia, Parlimen ialah institusi perundangan tertinggi di dalam Negara yang menggubal undang-undang.	4.37	1.10
MD6	Dewan Rakyat dianggotai seramai 222 Ahli Dewan Rakyat yang ditentukan ketika pilihan raya.	4.28	1.17

Jadual 8 menunjukkan tahap pengetahuan responden berada pada skala sangat tinggi berhubung pengetahuan politik. Dalam Perlembagaan Persekutuan, Bahasa Melayu adalah Bahasa Kebangsaan dan Bahasa Rasmi di negara (min=4.63, SD=0.89), Malaysia mengamalkan pentadbiran Raja Berperlembagaan dengan Seri Paduka Baginda Yang di-Pertuan Agong sebagai Ketua Negara (min=4.61, SD=0.88). Parlimen Malaysia terdiri daripada Seri Paduka Baginda Yang di-Pertuan Agong, Dewan Negara dan Dewan Rakyat (min=4.47, SD=1.03). Di Malaysia, Badan Perundangan dinamakan Parlimen yang berkuasa penuh membentuk undang-undang negara (min=4.43, SD=1.09). Perlembagaan Persekutuan Malaysia adalah undang-undang tertinggi di Malaysia (min=4.43, SD=1.06). Di Malaysia, Parlimen ialah institusi perundangan tertinggi di dalam negara yang menggubal undang-undang (min=4.37, SD=1.10) dan Dewan Rakyat dianggotai seramai 222 ahli Dewan Rakyat yang ditentukan ketika Pilihan Raya (min=4.28, SD=1.17).

**Jadual 9. Maklumat Pilihan Raya**

No.	Kenyataan	Min	SD
MPil2	Pelaksanaan umur kelayakan di Malaysia telah diturunkan daripada 21 tahun kepada 18 tahun.	4.65	0.86
MPil1	Malaysia mengamalkan sistem pilihan raya majoriti mudah di mana pemenang dipilih berdasarkan jumlah undi tertinggi yang dimiliki bagi setiap calon-calon yang bertanding.	4.65	0.81
MPil6	Pilihan raya di Malaysia ditetapkan maksimum 5 tahun sekali bagi memilih wakil rakyat di peringkat Parlimen.	4.63	0.84
MPil3	Pendaftaran pemilih umur 18 tahun adalah secara automatik.	4.59	0.94
MPil4	Pilihan Raya Umum diadakan apabila Parlimen atau Dewan Undangan Negeri dibubarkan atau terbuang sendiri selepas tamat tempoh 5 tahun.	4.58	0.90

No.	Kenyataan	Min	SD
MPi15	Pilihan Raya Kecil berlaku untuk mengisi kekosongan kerusi Parlimen atau Dewan Undangan Negeri jika disebabkan oleh kematian dan perletakan jawatan.	4.55	0.93
MPi17	Pilihan raya di Malaysia ditetapkan maksimum 5 tahun sekali bagi memilih wakil rakyat di peringkat Negeri, iaitu Dewan Undangan Negeri.	4.51	0.99

Jadual 9 merujuk pada maklumat berhubung Pilihan Raya dan pelaksanaan penurunan umur kelayakan di Malaysia daripada 21 tahun kepada 18 tahun (min=4.65, SD=0.86). Malaysia mengamalkan sistem pilihan raya majoriti mudah iaitu pemenang dipilih berdasarkan jumlah undi tertinggi yang dimiliki bagi setiap calon yang bertanding (min=4.65, SD=0.81). Pilihan raya di Malaysia ditetapkan maksimum 5 tahun sekali bagi memilih wakil rakyat di peringkat Parlimen (min=4.63, SD=0.84). Pendaftaran pemilih umur 18 tahun adalah secara automatik (min=4.59, SD=0.94). Pilihan Raya Umum diadakan apabila Parlimen atau Dewan Undangan Negeri dibubarkan atau terbubar sendiri selepas tamat tempoh 5 tahun (min=4.58, SD=0.90). Pilihan Raya Kecil berlaku untuk mengisi kekosongan kerusi Parlimen atau Dewan Undangan Negeri jika disebabkan kematian dan perletakan jawatan (min=4.55, SD=0.93). Pilihan raya di Malaysia ditetapkan maksimum 5 tahun sekali bagi memilih wakil rakyat di peringkat Negeri, iaitu Dewan Undangan Negeri (min=4.51, SD=0.99).

### Jadual 10. Maklumat Parti Politik

No.	Kenyataan	Min	SD
MPP1	Parti Komponen Barisan Nasional (BN)	4.44	1.13
MPP3	United Malaysia National Organisation (UMNO) adalah Parti Komponen BN	4.36	1.21
MPP2	Parti Komponen Pakatan Harapan (PH)	4.30	1.24
MPP6	Parti Keadilan Rakyat (PKR) adalah Parti Komponen PH	4.14	1.37
MPP7	Democratic Action Party (DAP) Parti Komponen PH	4.03	1.43
MPP4	Malaysian Chinese Associations (MCA) adalah Parti Komponen	3.93	1.48
MPP8	BN	3.91	1.48
MPP5	Parti Muda Parti Komponen PH	3.89	1.49
	Malaysia Indian Congress (MIC) adalah Parti Komponen BN		

Jadual 10 pula merujuk kepada maklumat Parti Politik di Malaysia yang menyenaraikan parti-parti utama di Malaysia yang bertujuan untuk mengukur tahap pengetahuan responden berhubung politik semasa. Keseluruhan responden mengetahui kewujudan semua parti politik dan berada pada tahap pengetahuan yang sangat tinggi berhubung senarai-senarai parti berkaitan. Pengetahuan berhubung Parti Komponen Barisan (BN) (min=4.44, SD=1.13). United Malays National Organisation (UMNO) adalah Parti Komponen BN (min=4.36, SD=1.21). Parti Komponen Harapan (PH) (min=4.30, SD=1.24). Parti Keadilan Rakyat (PKR) adalah Parti Komponen PH (min=4.14, SD=1.37). Democratic Action Party (DAP) Parti Komponen PH (min=4.03, SD=1.43). Malaysian Chinese Associations (MCA) adalah Parti



Komponen BN (min=3.93, SD=1.48). Parti Muda Pari Kompenan PH (min=3.91, SD=1.48) dan Malaysia India Congress (MIC) adalah Parti Kompenan BN (min=3.89, SD=1.49).

### Pemprosesan Maklumat

Struktur pengetahuan politik dalam kalangan pengundi muda ini dilihat daripada perspektif politik dan kempen melalui penggunaan media sosial dalam kalangan responden kajian. Keseluruhan soalan kajian yang dibangunkan adalah merujuk kajian terdahulu oleh Maksl et al. (2015) yang mengukur tahap literasi media dalam kalangan 500 remaja menggunakan ukuran skala baharu berdasarkan model literasi media Potter dan disesuaikan dengan media baharu secara khusus. Model yang disesuaikan menyatakan bahawa individu yang celik literasi media berfikir secara mendalam tentang pengalaman media, percaya mereka mengawal pengaruh media, dan mempunyai tahap pengetahuan asas yang tinggi tentang kandungan media, industri dan kesan media. Berdasarkan langkah yang dibangunkan untuk menilai literasi media berita, remaja yang sangat celik berita didapati lebih bermotivasi intrinsik untuk mengambil berita, lebih skeptikal dan lebih berpengetahuan tentang peristiwa semasa berbanding rakan mereka yang kurang celik berita.

Hasil kajian Ali Salman et al., (2018) mendapati media baharu kini mula mengambil alih peranan media tradisional. Media sosial bertanggungjawab sebagai ejen bagi menyebarkan propaganda untuk mempengaruhi keputusan undi rakyat terutamanya menjelang pilihan raya. Hasil kajiannya menunjukkan 18.2% belia lebih suka menggunakan media sosial (kontemporari) dan bukannya media tradisional (konvensional) dalam segala urusan parti politik. Dapatan ini juga selari dengan hasil dapatan kajian yang turut menunjukkan peratusan penggunaan media sosial tradisional seperti akhbar mencatatkan peratusan rendah. Namun begitu untuk mencari maklumat melalui televisyen masih berada pada tahap tinggi; Ini juga disokong oleh maklumat beberapa informan yang menyatakan mereka masih menonton televisyen bagi mendapat maklumat berhubung politik tetapi selektif dalam pemilihan saluran yang dirasakan oleh mereka lebih terbuka dan tidak cenderung kepada mana-mana parti politik dan yang memberi pendekatan melalui perbincangan berhubung isu negara dengan cara yang lebih telus.

**Jadual 11. Analisis Maklumat**

Analisis	TikTok	Facebook	Instagram	WhatsApp	TV	Twitter	Akhbar	
<b>Politik</b>	MIN	3.47	3.37	3.31	3.29	3.23	3.13	2.85
	SD	1.56	1.54	1.54	1.52	1.50	1.59	1.53
<b>Kempen</b>	MIN	3.38	3.34	3.29	3.13	3.21	3.13	2.84
	SD	1.58	1.53	1.54	1.60	1.49	1.60	1.52

Jadual 11 merujuk mengklasifikasikan mesej yang diterima kepada unsur bermakna yang dinilai daripada aspek politik dan kempen. Analisis politik di TikTok sahaja mencatatkan min pada julat tinggi, iaitu min 3.47 manakala keseluruhan yang lain berada pada min sederhana iaitu pada min 2.85. Melalui analisis maklumat selepas akses kepada kandungan media, kompetensi analisis dan penilaian diperlukan. Kompetensi ini merujuk kepada keupayaan

menganalisis sumber maklumat dan menilai sumber maklumat daripada pelbagai sumber (Lewis, & Jhally 1998). Apabila membicarakan soal kemahiran untuk menganalisis sesuatu maklumat akses kepada media sosial juga harus diambil kira ini merujuk responden yang terlibat adalah dalam kalangan pengundi muda yang mempunyai akses yang luas kepada media sosial.

**Jadual 12. Penilaian Maklumat**

Penilaian		TikTok	Facebook	Instagram	WhatsApp	TV	Twitter	Akhbar
Politik	MIN	3.46	3.40	3.38	3.32	3.27	3.26	2.87
	SD	1.56	1.54	1.55	1.50	1.54	1.61	1.55
Kempen	MIN	3.43	3.39	3.37	3.30	3.25	3.18	2.85
	SD	1.57	1.53	1.55	1.54	1.52	1.61	1.53

Jadual 12 merujuk pada maklumat politik dan kempen yang menunjukkan TikTok dan Facebook mencatatkan min yang tinggi bagi penilaian berhubung politik iaitu min 3.46 dan min 3.40. TikTok juga mencatatkan maklumat yang tinggi berhubung kempen dengan min 3.43. Manakala untuk medium media sosial yang lain dari aspek penilaian keseluruhannya berada pada kadar sederhana. Berdasarkan data Statistik Digital 2022: Malaysia, DataReportal, Global Digital Insight pada Januari 2022 jumlah pengguna TikTok di Malaysia adalah seramai 14.59 juta orang merangkumi pengguna berusia 18 tahun ke atas. Ini memberikan indikasi bahawa media sosial tidak boleh lagi diabaikan dalam agenda harian kehidupan peribadi dan pendapat politik rakyat Dilon (2020).

Statistik ini juga menunjukkan daripada 15 platform media sosial, WhatssApp merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan (93.2%) diikuti oleh Facebook (88.7%) dan Instagram (78.3%). Sebanyak (53.8%) pengguna pula menggunakan aplikasi TikTok yang merupakan yang keenam paling banyak digunakan. Namun begitu kajian ini menunjukkan bagi indikator matlamat guna media untuk mencari maklumat politik dan kempen, penggunaan aplikasi TikTok mencatatkan skala tinggi iaitu (72.9%) kerana responden kajian adalah terdiri dalam kalangan pengundi muda baharu. Ini selari dengan kajian yang telah dijalankan oleh penyelidik Universiti Sains Islam Malaysia (USIM) dengan Kerjasama Jabatan Komunikasi Komuniti (J-KOM) terhadap pengundi berumur 18 tahun dari seluruh negara mendapati platform TikTok menjadi saluran utama bagi mereka mendapatkan maklumat politik (26.3), diikuti Instagram (22.2) dan Facebook (17.3).

Melalui struktur pengetahuan politik berdasarkan analisis dan penilaian menunjukkan platform TikTok menjadi medium media sosial yang menjadi pilihan utama bagi dua indikasi ini yang digunakan semasa pilihan raya ke 15. Platform ini mendominasi penyebaran dan penyaluran maklumat semasa kempen seiring dengan kumpulan sasar iaitu pengundi muda yang begitu dekat dengan medium ini yang menjadi platform ini sebagai trend pilihan.

**Kesediaan Penyertaan Politik**

Berdasarkan tiga penilaian analisis soalan berhubung struktur kesediaan penyertaan politik dapatan melalui perbincangan kumpulan fokus juga memberikan gambaran dan input

berhubung struktur pengetahuan politik responden. Daripada 750 orang responden terlibat, 20 orang telah dipilih sebagai informan. Majoriti informan terlibat memilih parti melalui manifesto yang memberi kelebihan pada kehendak dan keperluan pengundi muda. Merujuk kepada perkara seperti peluang pekerjaan, penyelesaian hutang PTPN dan pembangunan serta isu keselamatan di kawasan tempat tinggal dan pembangunan prasarana seperti liputan jalur lebar.

**Jadual 13. Kesedaran Mengundi**

No.	Kenyataan	Min	SD
S2	Saya sedar umur layak mengundi di Malaysia adalah 18 tahun dan ke atas	4.73	0.82
S4	Saya sedar keperluan menyemak status sebagai pengundi berdaftar dengan Suruhanjaya Pilihan Raya	4.73	0.81
S5	Saya sedar mengundi boleh membawa perubahan kepada sistem politik Negara	4.71	0.85
S6	Saya sedar setiap lima (5) tahun Malaysia melalui proses Pilihan Raya Umum (PRU)	4.69	0.88
S3	Saya sedar pendaftaran sebagai pengundi untuk umur 18 tahun ada secara automatic	4.67	0.89
S1	Saya sedar mengundi adalah tanggungjawab rakyat Malaysia	4.23	1.33

Jadual 13 merujuk kesedaran mengundi dalam kalangan pengundi muda baharu. Keseluruhan indikator penilaian berada pada tahap yang sangat tinggi. Responden sedar umur layak mengundi di Malaysia adalah 18 tahun dan ke atas (min=4.73, SD=0.82). Saya sedar keperluan menyemak status sebagai pengundi berdaftar dengan Suruhanjaya Pilihan Raya (min=4.73, SD=0.81). Saya sedar mengundi boleh membawa perubahan kepada sistem politik Negara (min=4.71, SD=0.85). Saya sedar setiap lima (5) tahun Malaysia melalui proses Pilihan Raya Umum (PRU) (min=4.69, SD=0.88). Saya sedar pendaftaran sebagai pengundi untuk umur 18 tahun ada secara automatik (min=4.67, SD=0.89). Saya sedar mengundi adalah tanggungjawab rakyat Malaysia (min=4.23, SD=1.33).

**Jadual 14. Kesiediaan Mengundi**

No.	Kenyataan	Min	SD
U1	Saya sedia memilih wakil Dewan Undangan Negeri (ADUN) di daerah mengundi ketika hari pilihan raya	4.50	1.09
U2	Saya sedia memilih wakil Dewan Rakyat (Ahli Parlimen) di daerah mengundi ketika hari pilihan raya	4.48	1.09
U5	Saya sedia mengundi ketika Pilihan Raya Umum (PRU)	4.48	1.06
U3	Saya sedia mengundi ketika Pilihan Raya Negeri (PRN)	4.45	1.11
U4	Saya sedia mengundi ketika Pilihan Raya Kecil (PRK)	4.45	1.10

Jadual 14, merujuk kesediaan mengundi responden. Keseluruhan analisis menunjukkan indikator berada pada tahap sangat tinggi (min=4.50, SD=1.09). Skala saya sedia memilih wakil Dewan Undangan Negeri (ADUN) di daerah mengundi ketika hari pilihan raya (min=4.48, SD=1.09) mencatatkan peratusan tertinggi. Saya sedia memilih wakil Dewan Rakyat (Ahli Parlimen) di daerah mengundi ketika pilihan raya (min=4.48, SD=1.09). Saya sedia mengundi ketika Pilihan Raya Umum (PRU) (min=4.48, SD=1.06). Saya sedia mengundi ketika Pilihan Raya Negeri (PRN) (min=4.45, SD=1.11). Saya sedia mengundi ketika Pilihan Raya Kecil (PRK) (min=4.45, SD=1.10).

**Jadual 15. Kesediaan Menyertai Kempen**

No.	Kenyataan	Min	SD
K4	Saya sedia menyertai kempen yang mempunyai pemimpin yang berpandangan jauh dan terbuka	3.96	1.44
K6	Saya sedia menyertai kempen yang dapat menunaikan janji mengikut manifesto	3.93	1.45
K5	Saya sedia menyertai kempen bagi calon yang kerap turun padang/mesra rakyat	3.90	1.48
K1	Saya sedia menyertai kempen pilihan raya	3.87	1.49
K7	Saya sedia menyertai kempen dengan menggunakan platform media sosial	3.82	1.51

Jadual 15 menunjukkan kesediaan menyertai kempen dalam kalangan responden. Keseluruhan responden berada pada tahap skala tinggi dalam kesediaan menyertai kempen. Ini dapat dilihat kesediaan menyertai kempen yang membuat pemilihan bagi pemimpin yang berpandangan jauh dan terbuka mencatatkan (min=3.96, SD=1.44) Kesediaan menyertai kempen yang dapat menunaikan janji mengikut manifesto (min=3.93, SD=1.45). Kesediaan menyertai kempen bagi calon yang kerap turun padang/mesra rakyat (min=3.90, SD=1.48). Sedia menyertai kempen pilihan raya (min=3.87, SD=1.49). Kesediaan menyertai kempen dengan menggunakan platform media sosial (min=3.82, SD=1.51).

Kesedaran berhubung penyertaan politik responden kajian dilaksanakan melalui tiga aspek pengukuran iaitu kesedaran mengundi, kesediaan mengundi dan kesediaan menyertai kempen. Berdasarkan analisis menunjukkan dua indikator penilaian berada pada tahap sangat tinggi iaitu kesedaran mengundi dan kesediaan mengundi. Ini adalah kerana responden mengetahui dan mempunyai pengetahuan berhubung maklumat berkaitan Pilihan Raya melalui proses literasi yang berlaku melalui pelbagai medium media sosial semasa proses pengundian yang akan diadakan. Bagi indikator kesediaan menyertai kempen responden menyatakan pendapat pada skala tinggi ini kerana pengundi muda ini telah mempunyai pengetahuan berhubung politik namun selektif dengan kesediaan untuk menyertai kempen. Dapatan ini menunjukkan kumpulan pengundi muda ini biarpun hampir 79% adalah dalam kalangan pengundi muda kali pertama, tetapi begitu mereka begitu peka terhadap senario politik negara kerana selektif dalam pemilihan bagi calon-calon yang bakal dipilih. Dapatan ini selari dengan temubual bersama informan kajian yang menyatakan mereka mengambil tahu berhubung hak mereka sebagai pengundi, kesediaan untuk mengundi, kredibiliti calon dan pelbagai perkara berhubung proses pilihan raya.

Kajian oleh Dian Sudiantini et al., (2023) juga mendapati bahawa penggunaan media sosial secara bijak dan terhad boleh meningkatkan kejayaan pelajar. Penggunaan platform media sosial yang sesuai juga turut meningkatkan akses pelajar kepada maklumat dan sumber, memudahkan kerjasama dan perbincangan akademik, dan meningkatkan kemahiran digital yang diperlukan dalam kehidupan moden. Sejalan dengan kajian Yazid et al., (2020) juga menunjukkan dalam kalangan pengundi muda, pemilihan seseorang calon wakil rakyat bukan hanya bergantung kepada faktor personaliti semata-mata, tetapi lebih melebar kepada soal latar belakang calon dan juga parti yang mereka wakili. Selain itu, trend pengundian muda juga banyak dipengaruhi soal yang berkait rapat dengan kepentingan diri mereka. Antaranya seperti soal kenaikan kos yang membebankan kehidupan harian, peluang pekerjaan, rumah mampu milik serta peluang pekerjaan yang kian terhad ditawarkan yang pada pandangan mereka memerlukan penyelesaian segera.

Dapatan Fuad Mat Jali et al., (2009) juga menunjukkan majoriti daripada mahasiswa tidak mempunyai identifikasi pemilihan parti yang tetap berhubung pemilihan parti kerana boleh berubah apabila mereka mengalami proses sosialisasi dan pembelajaran. Justeru hasil kajian beliau mendapati pilihan politik mereka berbeza mengikut IPTA yang dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan, taraf hidup dan lokaliti mereka mengundi yang kebanyakan merujuk tempat asal mereka.

## **KESIMPULAN**

Kajian terhadap literasi media pengundi muda ini turut melihat aspek penggunaan media sosial dalam kalangan responden. Keseluruhannya dapatan menunjukkan kecenderungan penggunaan media sosial dalam kalangan responden kajian berada pada tahap yang tinggi. Ini berdasarkan kekerapan penggunaan media sosial menunjukkan seramai 251 orang dalam kalangan responden memperuntukkan masa di media sosial sehingga 4-6 jam sehari manakala 199 orang pula menggunakan media sosial lebih 6 jam. Dapatan ini adalah selari dengan kajian Data Reportal, 2023 yang menunjukkan purata penggunaan medium ini di Malaysia mencecah 6 jam sehari atau bersamaan 42 jam seminggu. Hampir 568 orang responden iaitu (75.7 peratus) daripada jumlah responden mempunyai 3-4 akaun media sosial yang menunjukkan mereka mempunyai akses kepada semua medium media sosial utama berdasarkan trend semasa. Dapatan turut menunjukkan media sosial yang paling diakses mengikut keutamaan dalam kalangan responden adalah Instagram, WhatsApp dan Tik Tok. Penggunaan media sosial bagi tujuan sosial mencatatkan peratusan tertinggi (65.1 peratus) ini membuktikan kecenderungan yang tinggi dalam kalangan pengundi muda ini terhadap medium ini. Chung Jia Ee, (2023) dalam kajiannya turut mendapati responden dalam kajian yang dijalankan menghabiskan separuh masa siang untuk media sosial bagi tujuan hiburan, mengikuti acara semasa dan kekal berhubung.

Kajian ini juga turut melihat daripada perspektif struktur pengetahuan politik pengundi muda melalui jadual analisis dan penilaian. Analisis daripada pendekatan berhubung politik dan kempen mendapati responden mempunyai kemampuan atau kompetensi untuk menganalisis setiap maklumat yang diterima berdasarkan sumber maklumat yang diperolehi. Analisis ini adalah selari dengan kajian Ali Salman et al., (2018) yang menunjukkan beliau lebih suka dan mengharapkan media sosial (komentari) dan bukannya media tradisional (konvensional). Manakala bagi perspektif penilaian pula dapatan turut menunjukkan keseluruhan responden mempunyai kecenderungan untuk mempunyai trend penggunaan

media sosial yang sama iaitu menggunakan Tik Tok bagi mengakses maklumat politik dan kempen. Tik Tok mendominasi pelantar media sosial pilihan pengguna dalam kajian ini yang sejajar dengan data Statistik Digital 2023, yang turut menunjukkan remaja 18 tahun ke atas menjadikan Tik Tok pilihan dalam mendapatkan maklumat berhubung pelbagai perkara. Sehubungan itu kecenderungan Tik Tok mendominasi pilihan bagi platform media sosial yang dipilih bagi kajian ini adalah sejajar dengan dapatan terdahulu berikutan umur responden yang mendominasi kajian adalah dalam lingkungan umur 18-25 tahun iaitu seramai 547 orang (72.9 peratus).

Kajian ini juga turut merujuk kesediaan penyertaan politik dalam kalangan pengundi muda melibatkan 3 indikator penilaian iaitu kesedaran mengundi, kesediaan mengundi dan kesediaan menyertai kempen. Merujuk indikator pertama responden mempunyai pengetahuan yang sangat tinggi berhubung kesedaran mengundi. Keseluruhan indikator soalan mencatatkan peratusan yang tinggi dan ianya dilihat berkait dengan kesediaan pengundi muda semasa PRU 15 membuat pilihan berhubung calon dan mengundi di semua peringkat. Kesediaan pengundi muda ini memberi komitmen menunjukkan berlaku fasa perubahan menyeluruh terhadap senario politik negara berikutan peluang yang diberikan kepada pengundi muda hak untuk memilih dan terlibat secara langsung dalam proses pilihan raya negara. Keterujaan ini semakin kuat dipengaruhi oleh faktor pilihan raya ini merupakan pilihan raya selepas fasa pandemik yang memberi ruang yang luas dalam trend penggunaan media sosial sebagai platform penyebaran dan perkongsian maklumat. Kajian ini yang melibatkan pengundi muda menunjukkan terdapat perubahan terhadap trend penggunaan media sosial bagi kumpulan ini dalam perkongsian maklumat. Pendekatan ini terbukti melalui perubahan platform kempen yang cenderung kepada media sosial yang digunakan oleh semua parti politik yang selari dengan kehendak dan keperluan semasa.

Dari perspektif kesediaan menyertai kempen pula menunjukkan responden mempunyai kesediaan mengundi yang sangat tinggi. Penilaian dibuat berdasarkan beberapa indikator iaitu keterbukaan akses kepada maklumat meningkatkan kepekaan kumpulan ini berhubung pemilihan pemimpin, manifesto, kempen pilihan raya dan penggunaan media sosial sebagai platform kempen. Kajian oleh Yazid et al., (2020) juga menunjukkan pemilihan seorang calon wakil rakyat bukan hanya bergantung kepada faktor personaliti tetapi turut berkait juga kepada perkara berhubung latar belakang calon dan parti diwakili.

Biarpun kedua-dua indikator di atas menunjukkan responden mencatatkan kesedaran dan kesediaan dalam penyertaan politik yang sangat tinggi. Namun begitu bagi indikator penyertaan kempen hasil kajian menunjukkan kesediaan menyertai kempen hanya berada pada tahap tinggi yang menunjukkan terdapat perkara-perkara yang menjadi kekangan. Melalui perbincangan bersama informan, kebanyakan mereka selektif dalam keterlibatan berhubung penyertaan kempen. Pengundi muda ini masih berada dalam fasa melihat dan menilai untuk melibatkan diri di dalam kempen pilihan raya namun mereka cakna dalam suasana politik negara.

Dalam hal ini juga, elemen algoritma suapan berita turut mempengaruhi bahan atau kandungan yang muncul di semua platform media sosial pengundi muda ini. Merujuk kepada kandungan yang dicari oleh pengguna ini akan menentukan perkongsian yang akan muncul di akaun media sosial mereka. Kaedah atau tarikan ini dapat mengukuhkan kefahaman dan kecenderungan minat politik dalam kalangan pengundi muda. Algoritma ini menunjukkan kepada pengguna media mengenai kandungan yang paling relevan dan menarik bersesuaian

mengikuti minat mereka. Hal ini secara langsung memudahkan pengundi muda baharu mendapat suapan berita yang memenuhi kehendak dan minat mereka.

Secara keseluruhan, literasi media yang dimiliki oleh responden kajian berada pada tahap literasi media yang tinggi. Responden mampu membuat pilihan terhadap kriteria pemilihan maklumat mengikuti sumber dan kredibiliti parti dan calon yang terlibat di dalam pilihan raya. Responden juga melalui soalan-soalan yang dibangunkan menunjukkan kecenderungan dan mampu menentukan kandungan di medium media sosial iaitu dalam membezakan berita mana yang boleh mereka terima atau tidak. Ini kerana melalui analisis dan penilaian responden dapat membuat pemilihan media sosial yang diperlukan semasa perkongsian maklumat politik dan kempen. Begitu juga dalam mendepani lambakan maklumat melalui media sosial responden kajian juga dapat memahami kepentingan literasi media yang menjadi satu keperluan kepada setiap individu dalam masyarakat yang sentiasa menggunakan platform media sosial dalam kehidupan harian. Melalui kemampuan literasi responden dapat membuat pilihan dalam menentukan kesediaan penyertaan politik melalui kemampuan literasi yang dimiliki.

Jelasnya literasi media mempunyai pengaruh terhadap kesediaan penyertaan politik dalam kalangan pengundi muda melalui penilaian mengikuti indikator-indikator yang telah ditetapkan. Namun begitu terdapat beberapa perkara yang menyokong penyertaan politik dalam kalangan pengundi muda ini yang begitu dekat dan cenderung menggunakan platform media sosial sebagai medium maklumat mereka. Kemahiran literasi media didapati dapat menyumbang kepada kesediaan mengundi di kalangan golongan muda. Kemahiran literasi media merujuk kepada dimensi akses menyumbang kepada kecenderungan mengundi di kalangan pengundi muda Middaugh (2019). Namun begitu kesedaran untuk memperkasakan kepekaan terhadap meningkatkan tahap literasi media terutamanya dalam kalangan generasi muda amat perlu dilaksanakan secara holistik bagi memastikan kejayaannya. Perkara ini menuntut komitmen semua pihak kerana setiap individu mempunyai perbezaan dan mempunyai struktur pengetahuannya yang tidak sama. Sehubungan itu pentafsiran mesej daripada medium media sosial yang diterima adalah berdasarkan atau mengikuti persepsi tersendiri. Berdasarkan faktor ini keperluan untuk memberi pendekatan melalui mesej yang jelas amat perlu dilakukan dan hendaklah dilaksanakan secara berterusan. Melalui proses literasi ini akan membentuk atau membina kesediaan kepada pengundi muda untuk menyertai politik kerana setelah mempunyai kemahiran literasi media pengundi muda ini pastinya mempunyai kemampuan yang diperlukan dalam membuat penilaian dan pemilihan melalui pelbagai sumber maklumat dan perkongsian di media sosial yang membentuk kesediaan penyertaan politik.

## NOTA

Kajian ini adalah sebahagian daripada kerja penyelidikan peringkat Program Fellowship di bawah Jabatan Perkhidmatan Awam dan Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM).

## RUJUKAN

Adibah Ismail. (2020). Perbandingan media baru dan media tradisional. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences* 3(13), 24–38.

- Ali Salman, Mohammad Agus Yusoff, Mohd Azul Mohamad Salleh & Mohd Yusof Abdullah, (2018). Political engagement on social media as antecedent for political support among voters in Malaysia. *Jurnal Komunikasi; Malaysian Journal of Communication*, 34 (2). 152-165.
- Baran, Stanley J. (2019). *Introduction to mass communication: Media literacy and culture*. Edisi ke-10. New York: Mc Graw Hill.
- Barua, Z., Barua, S., Aktar, S., Kabir, N. & Li, M. 2020. Effects of misinformation on COVID-19 individual responses and recommendations for resilience of disastrous consequences of misinformation. *Progress in Disaster Science* 8, 100-119.
- Bryman, A. (2006). Integrating quantitative and qualitative research: How is it done? *Qualitative Research*, 6(1), 97-113.
- Burns, A. C., Williams, L. A., & "Trey" Maxham III, J. (2000). Narrative text biases attending the critical incidents technique. *Qualitative Market Research: An international Journal*, 3(4), 178-186.
- Carah, N. & Shaul, M. 2016. Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance. *Mobile Media and Communication* 4(1), 69–84.
- De León, E. & Vermeer, S. (2022). The news sharing gap: divergence in online political news publication and dissemination patterns across elections and countries. *Digital Journalism* 11(2), 343-362.
- Dian Sudiantini, N.Titi Rahmah, Muhammad Fahriansyah, & Muhammad Yossi Alviansyah. (2023). Penerapan Manajemen Strategik Dalam Menghadapi Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 213–224. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i2.835>
- Garz, M. & Szucs, F. 2023. Algorithmic selection and supply of political news on facebook. *Information Economics and Policy* 62 (January 2013): 101020.
- Halim, H., Mohamad, B., Dauda, S.A. & Azizan, F.L (2020). Malaysian youth political participation: A conceptual framework and hypothesis development. *Talent Development and Excellence* 12 (Specialissue2), 1072–1086.
- Haugsgjerd, A. & Karlsen, R. (2022). Election campaigns, news consumption gaps, and social media: equalizing political news use when it matters? *International Journal of Press/Politics*
- 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), 1934. <https://doi.org/10.1177/0267323112465369>
- Jambulingam, Manimekalai & Francis, Jayamalar; Dorasamy, Magiswary. (2018). What is Generation Zs' preferred social media network? 2018 Fourth International Conference on Advances in Computing, Communication & Automation (ICACCA), Subang Jaya, 1-4. 10.1109/ICACCAF.2018.8776817.
- Jeong, S. H., Cho, H., & Hwang, Y. (2012). Media literacy interventions: A meta-analytic review. *Journal of Communication*, 62(3), 454-472
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.
- Lee, C. S., & Ma, L. (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 331-339



- Lee, S., Nanz, A. & Heiss, R. (2022). Platform-dependent effects of incidental exposure to political news on political knowledge and political participation. *Computers in Human Behavior* 127(September 2021), 107-118.
- Loukianov, A., Burningham, K. & Jackson, T. (2023). The patterning of the discursive space in search for the #goodlife: A network analysis of the co-occurrence of Instagram hashtags. *Information Society* 39(1), 62–78.
- Luca, M., Munger, K., Nagler, J. & Tucker, J.A. (2022). You Won't Believe Our Results! But They Might: Heterogeneity in Beliefs About the Accuracy of Online Media. *Journal of Experimental Political Science* 9(2), 267–277.
- Lund, C. & Zhong, S. (2018). The Impact of TikTok's Engagement Algorithm on Political Polarization. *Proceedings of Make sure to enter the correct conference title from your rights confirmation email (Conference acronym 'XX)* Vol. 1, hlm. 1–8. Association for Computing Machinery.
- Lutz, M., Gadaginmath, S., Vairavan, N. & Mui, P. (2021). Examining Political Bias within YouTube Search and Recommendation Algorithms. *2021 IEEE Symposium Series on Computational Intelligence*, (pp. 1-7) Orlando, USA. 10.1109/SSCI50451.2021.9660012.
- Matamoros-Fernandez, A., Gray, J.E., Bartolo, L., Burgess, J. & Suzor, N. (2021). What'S 'Up Next'? Investigating Algorithmic Recommendations on Youtube Across Issues and Over Time. *AoIR Selected Papers of Internet Research* 9(4): 234–249.
- Ooi, B. & Hin, K. (2022). How political parties used TikTok in the 2022 Malaysian General Election. *RSIS Commentary*.133-22.
- Paidi, R. & Hassan, A. (2021). Berita Pakatan Harapan: Analisis Terhadap Tingkah Laku Pengguna Media Sosial. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication* 37(3): 18–37.
- Peifer, J.T. & Myrick, J.G. (2021). Risky satire: Examining how a traditional news outlet's use of satire can affect audience perceptions and future engagement with the news source. *Journalism* 22(7), 1629–1646.
- Potter, W. J. (2004). Argument for the Need for a Cognitive Theory of Media Literacy. *American Behavioral Scientist* 48(2): 266–272.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 54(4):675696. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08838151.2011.521462>.
- Potter, W. J. (2020). Media literacy approach. *Media literacy ninth.*, page 13–34. California: Sage Publication Inc.
- Ruggiero, T.E. 2000. Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication & Society* 3(1), 3–37.
- Siti Nursaidah, Mohd Sufien Hassan (2019). Perspektif Literasi Media Aspek Analisis dan Penilaian: Amalan Integriti Penyertaan Politik Golongan Muda di Media Sosial. *Journal Sains Sosial. Malaysia Journal of Social Science Jilid 4 (1)*, 20-32
- Sah Allam, S., Mustafa, N., & Ali, M. (2023). The Role of Media in Shaping the Trend of Political Participation among New Young Voters. *E-Journal Of Media And Society (E-JOMS)*, 6(2),89-100.
- Tang, R. & Oh, K.E. (2020). University students' mobile news consumption activities and evaluative/affective reactions to political news during election campaigns: A diary study. *Journal of Information Science* 46(4), 476–495.

- Tariq, R., Zolkepli, I.A. & Ahmad, M. (2022). Political participation of young voters: tracing direct and indirect effects of social media and political orientations. *Social Sciences* 11(2)
- Thorson, K., Cotter, K., Medeiros, M. & Pak, C. ( 2021). Algorithmic inference, political interest, and exposure to news and politics on Facebook. *Information Communication and Society* 24(2), 183–200.
- West, R. & Turner, L.H. (2013). Uses and gratification theory. *Introducing Communication Theory: Analysis and Introducing Communication Theory Sixth.*, (hlm. 397–402). Mc Graw Hill Education.
- Yazid Saleh, Siti Noranizahhafizah Boyman, Hanifah Mahat, Mohmadisa Hashim, Nasir Nayan, Saiyidatina Balkhis Norkhaidi, & Samsudin Suhaili, (2020). Pola sokongan pengundi muda sebelum Pilihan Raya Umum ke 14 di Malaysia. *Geografia : Malaysian Journal of Society and Space*, 16 (1), 80-94.
- Zachara, M. (2020). To vote or not to vote? The political orientations of Millennials in a comparative perspective. *Society and Economy* 42(3), 229–244.
- Zeglovits, E & Aichholzer, J (2014). Are people more inclined to vote at 16 than at 18? Evidence for the first-time voting boost among 16- to 25-year-olds in Austria, *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*, 24(3), 351-361