

PENGUNAAN KANDUNGAN MEDIA DAN PEMBENTUKAN IDEA POLITIK DAN IDENTITI BUDAYA BAHARU DALAM KALANGAN BELIA MELAYU

**MD AZALANSHAH MD SYED, NOOR SULASTRY YURNI AHMAD
& MOHD ZAAMRI ZAINAL ABIDIN**

ABSTRAK

Kajian kualitatif budaya ini memberi tumpuan kepada pembentukan idea Melayu menerusi penggunaan media dalam kalangan belia Melayu di Malaysia. Penulisan ini melihat bagaimana idea Melayu ini turut membentuk identiti seharian mereka terutamanya dari segi pembinaan identiti diri (self-identity) dan identiti sosial (social-identity). Belia Melayu adalah pengguna media yang mempunyai perwatakan taktikal bagi tujuan penyesuaian sesuatu teks budaya. Justeru, artikel akan memperhalusi bentuk-bentuk perwatakan taktikal yang dimiliki oleh golongan belia Melayu dalam menangani isu-isu politik, sosial dan budaya semasa berdasarkan penggunaan dan pemahaman mereka terhadap kandungan media serta penglibatan politik di kalangan mereka.

Kata Kunci: Media, Idea Melayu, Identiti dan Penglibatan Politik

ABSTRACT

This qualitative cultural study focuses on the development of Malay ideas through the use of media among Malay youths in Malaysia. This paper looks at how such idea helped shape the Malay youth self-identity and social identity. Malay youths are avid-users of media. They have the knowledge of tactical media for cultural adaptation of a given text. This article is intended to elicit the Malay youth tactical characters to address issues on political, social and current cultural issues based on their use and understanding of media content and political engagement among them.

Keywords: Media, Malay Idea, Identity and Political Engagement

PENDAHULUAN

Kaedah utama bagi seseorang individu berhubung dengan dunia sosial yang lebih luas ialah menerusi proses sosialisasi. Proses ini membolehkan seseorang individu itu mempelajari dan menghayati nilai-nilai kepercayaan dan norma budayabagi tujuan pembangunan sahsiah diri (Croteau dan Hoynes, 2000). Selain keluarga dan institusi pendidikan, media massa bertindak sebagai agen sosialisasi yang sangat berpengaruh dalam Masyarakat semasa. Dari sudut sosiologi, media memainkan peranan yang cukup penting dalam setiap aspek kehidupan. Media juga memberi kesan tertentu terhadap cara seseorang individu mempelajari tentang dunia dan

berinteraksi antara satu sama lain (Chala 2004). Kesan ini amat ketara jika diperhalusi proses bagaimana media massa menghubungkan individu dengan pelbagai institusi sosial seperti politik dan budaya.

Di Malaysia, media elektronik seperti televisyen merupakan medium popular dalam kalangan Masyarakat terutamanya kandungan berita, hiburan dan juga program yang bercorakkan keagamaan (Wahab, 2011). Dengan corak pemilikan yang meningkat pada setiap tahun (Ali, 2005), televisyen memainkan peranan yang cukup besar dalam membantu kepada perkembangan ideologi termasuklah dari sudut politik dan pembentukan identiti budaya. Pada masa yang sama, kerajaan sering menjadikan televisyen sebagai medium utama dalam mengetengahkan agenda politik dan budaya semasa secara berterusan (Karthigesu 1994a; 1994b; 1998). Namun, perubahan lanskap teknologi media semasa pada hari ini telah mendorong kerajaan untuk mempercayai bahawa corak pemikiran Masyarakat khususnya generasi muda Melayu hari ini tidak dibentuk atau disuburkan melalui mana-mana kenyataan politik dalam sebarang media massa tradisional seperti televisyen dan akhbar. Kerajaan turut yakin bahawa generasi muda Melayu khususnya belia cenderung untuk mempercayai terhadap apa yang tersebar melalui teknologi media baharu khususnya media sosial seperti Facebook, Blogs, YouTube, Twitter, Instagram dan sebagainya. Pada masa yang sama, teknologi media baharu dianggap popular, relevan dan menjadi sumber alternatif penting dalam kalangan khalayak Melayu semasa khasnya generasi muda (Utusan Malaysia, 2010).

Namun, artikel ini berhujah bahawa meskipun teknologi media baharu khususnya media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter mempunyai kesan tertentu terhadap pembentukan ideologi politik dan identiti budaya yang baharu, fenomena ini masih lagi terikat dengan nilai-nilai tradisi yang telah pun diperkukuhkan oleh media tradisi sebelum ini seperti televisyen, radio dan akhbar. Peranan yang dimainkan oleh parti politik seperti UMNO dan PAS secara berterusan menerapkan dan mengukuhkan ideologi masyarakat Melayu seperti adat dan Islam telah memberi kesan yang besar terhadap proses pembentukan idea Melayu melalui penggunaan teknologi media baharu dalam kalangan belia Melayu khususnya pembinaan identiti diri dan identiti sosial (Utusan Malaysia 2014). Pada masa yang sama artikel ini turut meninjau bagaimana belia Melayu melakukan proses penyesuaian secara strategik khususnya ketika pembentukan idea tersebut berlangsung.

Kajian rintis ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memberi penekanan kepada temubual mendalam di salah sebuah insititusi pengajian tinggi awam di Malaysia iaitu Universiti Teknologi Mara (UiTM). Universiti ini dipilih berdasarkan status pemilikan bumiputera yang memberi keutamaan kepada pelajar Melayu dan bumiputera Sabah dan Sarawak. Selain itu, Universiti Teknologi Mara mempunyai kecenderungan dalam memperkasa agenda Melayu Bumiputera dengan usaha-usaha melahirkan golongan profesional dan cerdik pandai Melayu (Portal UiTM, 2015). Usaha university ini dalam penubuhan Kursi Institusi Raja-Raja

Melayu dengan objektif memberi pemahaman dan mengembalikan kepercayaan rakyat terhadap sistem pemerintahan beraja meletakkan Universiti Teknologi Mara sebagai sebuah lokasi kajian yang cukup penting (Utusan Malaysia, 2014). Seramai sembilan orang responden telah berjaya dipilih berdasarkan teknik snowballing (Maxwell, 2005) dan pesampelan bertujuan (Taylor dan Bogdan, 1998). Kajian ini memberi penelitian terhadap kepelbagaian tafsiran terhadap penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram dan Twitter serta tidak bermaksud untuk mengetengahkan pandangan generasi muda Melayu secara umum.

Responden atau subjek kajian dipilih berdasarkan satu ciri utama iaitu pengguna media sosial yang kerap dan latar pendidikan mereka sebagai pelajar di Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media yang turut memberi tumpuan kepada pendedahan terhadap teknologi media dan komunikasi. Justeru, potensi subjek menyumbang kepada maklumat yang diperlukan oleh pengkaji adalah amat tinggi. Selain itu, kajian ini turut menyentuh beberapa isu yang menjadi topik perbincangan utama dalam sesi temubual mendalam. Isu-isu ini dibahagikan kepada dua tema. Pertama, isu yang mendapat perhatian kerap dari semasa ke semasa dalam media sosial seperti perdebatan identiti Melayu. Kedua, isu yang bersifat viral dan menjadi popular dalam jangka masa yang pendek seperti kempen *I want to touch a dog*.

Perdebatan mengenai ideologi Melayu tidak dapat lari daripada dua elemen penting iaitu adat dan Islam. Penekanan terhadap dua ciri penting ini boleh diteliti melalui projek-projek kemodenan negara yang menuntut adat dan Islam dicerakinkan. Adat merupakan satu istilah umum yang menggambarkan nilai-nilai dan amalan budaya tradisi komuniti etnik yang tertentu. Menariknya, adat sering digunakan oleh kebanyakan pemimpin UMNO untuk melestari dan menyesuaikan semula tradisi lampau dalam usaha mempengaruhi Pembentukan wawasan kemodenan negara. Adat juga menyediakan kerangka untuk dijadikan aspek rutin kehidupan masyarakat Melayu termasuklah etika sosial, nilai-nilai kekeluargaan, interaksi masyarakat serta sosialisasi interpersonal dengan lebih tersusun. Islam lebih merupakan elemen kerohanian yang berpengaruh besar dalam cara hidup. Islam telah memberikan kesan yang cukup besar kepada masyarakat Melayu. Pengukuhan nilai-nilai Islam turut berlaku menerusi aktiviti dakwah pada tahun 1970-an yang seterusnya mempengaruhi golongan kelas menengah dan pemimpin politik UMNO dan PAS (Othman, 1998 dan Shamsul 1997). Secara umumnya, Islam dan adat memainkan peranan penting dalam menentukan takrifan ideologi masyarakat Melayu khususnya perkembangan projek kemodenan negara yang ternyata berbeza dengan bentuk kemodenan di negara Islam lain dan juga dunia Barat. Malahan Presiden UMNO dalam ucapan beliau di Perhimpunan Agung UMNO turut menggariskan keperluan mengenai hak-hak Melayu dan Islam yang menjadi agenda utama pemerkasaan ekonomi bumiputera (Utusan Malaysia 2014).

Kempen *I want to touch a dog* telah dianjurkan secara individu oleh seorang aktivis sosial, Syed Azmi Al-Habsi di Taman Rekreasi Bandar Utama, Selangor pada 19 Oktober 2014. Objektif utama penganjuran kempen ini adalah untuk

memberi kesedaran atau kefahaman kepada mengenai hukum-hukum Islam yang berkaitan dengan anjing. Selain itu, program ini bertujuan memberi satu tanggapan sebenar tentang keperluan menyelamatkan anjing dalam situasi kecemasan seperti kesakitan atau terbiar (Berita Harian 2014; Bernama 2014). Walaubagaimanapun, kempen yang digerakkan menerusi Facebook ini telah menarik perhatian ramai dan mengundang kritikan keras dari pemimpin politik Melayu dan pihak berkuasa agama khususnya Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan Majlis Agama Islam Selangor (MAIS) (Mstar 2014; Bernama 2014a; Bernama 2014b). Beberapa pemimpin politik UMNO memberi amaran kepada aktivis sosial Melayu yang bersikap liberal dan menganggap aktiviti kempen tersebut cuba mengubah hukum haram dan halal dalam Islam meskipun cenderung ke arah kebajikan (Mstar 2014). Selain itu, JAKIM dan MAIS dalam kenyataannya berjanji untuk menyiasat perkara tersebut walaupun kempen *I want touch a dog* telah mendapat kebenaran dari pihak berkuasa agama (Mstar 2014; Bernama 2014a; Bernama 2014b).

Perdebatan mengenai ideologi Melayu dan kempen *I want to touch a dog* mampu digunakan sebagai satu ruang penelitian dalam kalangan generasi muda Melayu semasa. Apatah lagi, kadar penggunaan media sosial yang begitu popular dalam kalangan belia hari ini memberi satu gambaran bahawa golongan ini terdedah kepada apa yang digelar oleh Appadurai (1996) sebagai *detrterritorialization of imagination* yang menjelaskan bahawa imaginasi adalah sebahagian daripada gambaran himpunan sosial dalam setiap kehidupan masyarakat dunia. Jika pada masa lampau imaginasi disampaikan secara berterusan menerusi medium tradisional seperti mitos, mimpi, lagu, fantasi dan cerita, dunia moden hari ini menyaksikan tugas tersebut diambil alih oleh media elektronik yang mempunyai capaian dan jangkauan luas seperti televisyen satelit, internet dan pastinya media sosial. Justeru, kesan utama terhadap imaginasi khalayak khususnya dalam kalangan generasi muda hari ini ialah kerapuhan ikatan budaya terhadap ideologi dan identiti budaya Melayu lantaran pergerakan maklumat yang sentiasa bergerak secara global. Teknologi media mempunyai potensi luas sebagai agen kepada proses *detrterritorialization of imagination* (Chala, 2004). Sebagai contoh, menerusi media sosial seseorang individu itu boleh membiasakan diri dengan sesuatu yang sebelum ini dilihat begitu asing dan berpeluang membina jaringan dengan individu lain yang mempunyai kecenderungan dan minat yang serupa. Secara tidak langsung, media sosial memberi satu ruang interaksi baharu generasi muda hari ini untuk memahami identiti diri dan berpeluang mengemukakan pandangan masing-masing secara peribadi – sesuatu yang mungkin mustahil dilakukan dalam ruang awam.

Kajian lepas dan perdebatan

Sarjana media dan komunikasi telah membuktikan bahawa media baharu seperti internet yang menjadi platform kepada kebanyakan media sosial seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter* amat berpengaruh kepada golongan belia khususnya dalam member pemahaman mengenai isu-isu politik, sosial, dan budaya (Ruddock, 2013; Boyd, 2007). Menurut sarjana seperti Ellison (2007) konsep jaringan sosial yang memberi laluan kepada pembentukan media sosial popular hari ini seperti

Facebook, Instagram dan Twitter merupakan perkhidmatan berasaskan web yang membolehkan seseorang individu membentuk maklumat peribadi bersistem dan diperagakan mengikut kehendak pengguna, berhubung dengan pengguna lain yang mempunyai perkaitan tertentu, serta meneliti senarai pengguna yang mempunyai perkaitan tersebut dalam lingkungan sistem yang tertentu. Sarjana seperti Mayfield (2007) menghuraikan media sosial sebagai pengalaman komuniti. Misalnya, pengguna menyertai jaringan sosial atas usaha sendiri dengan membuka akaun peribadi dan membina jaringan melalui perhubungan dengan rakan-rakan, atau dengan cara mudah iaitu jemputan rakan-rakan untuk menyertai media sosial tersebut. Komuniti ini akan mengekalkan kecenderungan masing-masing dan saling membantu untuk meluaskan jaringan. *Myspace* merupakan satu contoh terbaik yang memberi kebenaran kepada penggunanya untuk membina laman sesawang yang berwarna-warni dan pengguna turut diberi peluang untuk memuat naik imej, video dan muzik tertentu.

Selain itu, kebanyakan kajian lepas turut menunjukkan bahawa saluran media popular ini mempunyai kesan jangka panjang yang berterusan khususnya dalam membentuk ideologi politik dan identiti budaya (Boyd, 2014; Livingstone, 2008; Kaplan dan Haenlein, 2010). Di Malaysia, golongan belia Melayu telah dikenali sebagai pengguna tegar media sosial khususnya Facebook, Instagram dan Twitter yang sering dijadikan sebagai landasan utama untuk mendapatkan hiburan, maklumat berita semasa dan mendalami isu-isu keagamaan (Berita Harian, 2012; Shahnaz dan Wok, 2011; Mueller, 2014). Justeru, sumbangan saluran media popular ini dalam pembentukan ideologi politik dan identiti budaya tidak boleh dinafikan kepentingannya.

Menurut Croteau dan Hoynes (2000), ideologi lebih merupakan satu istilah yang rumit dengan kesan yang berbeza dan keadaan ini bergantung kepada konteks. Dengan perkataan lain konteks yang berbeza akan mempamerkan ideologi yang berbeza dengan kesan yang berbeza. Pada peringkat asas, ideologi adalah sistem makna yang membantu dalam proses takrifan dan penerangan tentang dunia. Sistem makna ini seterusnya membantu dalam proses penilaian terhadap dunia tersebut (Croteau dan Hoynes, 2000: 157). Selain itu, Barker (2008: 10) beranggapan bahawa ideologi adalah satu peta makna terhadap kebenaran yang bersifat universal dan dipengaruhi oleh faktor sejarah dan budaya serta amat diperlukan bagi tujuan pengendalian kuasa. Di Malaysia, ideologi Melayu lebih berpaksikan kepada adat Melayu, Islam dan wacana retorik semasa yang digunakan secara berterusan untuk tujuan penyatuan dan kestabilan politik. Menurut Singh (1998: 250), parti politik Melayu seperti UMNO dari semasa ke semasa akan sentiasa menyesuaikan dan memurnikan semula adat dan tradisi serta mengiktiraf hubungan mitos atau legenda silam sebagai satu cara untuk mengekalkan kuasa. Pada masa yang sama, PAS yang berideologikan Islam menggunakan agama sebagai satu tema penting untuk kekal sebagai parti lawan yang berpengaruh dan mengumpul sokongan masyarakat Melayu luar Bandar (Chin, 2004).

Dalam pada itu, identiti merupakan suatu intipati yang boleh dipamerkan menerusi simbol-simbol nilai, kepercayaan, perlakuan dan gaya hidup (Barker, 2008). Identiti disampaikan menerusi bentuk pemaparan dan mesti diakui oleh semua ahli dalam sesebuah komuniti. Identiti juga boleh diperhalusi sebagai suatu dimensi sosial yang bersifat peribadi dan memberi tanda persamaan atau perbezaan kepada seseorang individu dalam masyarakat. Sementara itu, Giddens (1991) melihat identiti diri dibentuk dengan sendirinya oleh seseorang individu berdasarkan pemahaman dalam proses penilaian terhadap diri mereka sendiri. Melalui pemahaman tersebut, individu itu akan membentuk identiti mereka mengikut acuan tertentu. Walaubagaimanapun, identiti diri bukanlah sesuatu yang bersifat kekal kerana perlakuan seseorang individu itu sentiasa berubah dari semasa ke semasa mengikut perubahan persekitaran sosial (Giddens, 1991: 53). Identiti sosial pula terbentuk melalui sudut yang berbeza kerana seseorang individu itu lahir dalam persekitaran sedia ada yang terkandung elemen bahasa dan budaya yang seterusnya melahirkan satu bentuk persekitaran sosial (Giddens, 1991). Pembentukan persekitaran sosial dalam sesuatu kelompok masyarakat ini akan melahirkan satu keadaan yang akhirnya membentuk identiti atau satu bentuk pengenalan kepada kelompok tersebut.

Namun, bagaimanakah penggunaan media khususnya media baharu pada hari ini mampu menyumbang kepada proses pembentukan identiti diri belia Melayu? Secara umumnya, kandungan media hari ini membentuk suatu teks budaya yang sangat kompleks kerana kehadirannya lebih berbentuk transnational. Dalam perkataan lain, kandungan teks budaya dalam saluran media seperti televisyen dan internet tidak hanya bersifat setempat atau datang dari negara Barat semata-mata lantaran kecenderungannya merentas sempadan negara-negara yang bersifat serantau. Oleh demikian, pemaparan teks budaya melalui media seperti ini mempunyai kemampuan untuk mengubah lanskap pemikiran masyarakat khususnya golongan belia untuk membentuk satu kefahaman baharu mengenai sesuatu isu yang meliputi politik, sosial dan budaya. Misalnya, pengaruh Muzik TV Korea seperti *GangNam Style* yang disiarkan di *Youtube* dan dikongsi oleh jutaan pengguna media sosial seperti *Facebook* telah menarik perhatian dunia dan mempengaruhi trend budaya popular tempatan (Abd Aziz Itar, 2012). Malahan liputan berita televisyen mengenai Arab Spring di negara-negara Asia barat menerusi media sosial seperti *Twitter* mula memberi nafas baharu kepada golongan muda untuk membentuk satu kepercayaan sub budaya seperti menggerakkan demonstrasi di jalan-jalan raya (Zulkifli Jalil, 2012).

Perbincangan mengenai peranan dan pengaruh media sosial dalam kalangan belia Melayu telah menjadi topik utama dikebanyakan akhbar tempatan. Perdana Menteri, Dato' Seri Najib Razak menggunakan *Facebook* sebagai landasan utama untuk melibatkan diri dengan belia Melayu. Pada masa yang sama, beliau turut menjadi *Twitter* sebagai ruang untuk mengukuhkan ideologi UMNO yang berpaksikan kepada adat, tradisi dan Islam. Misalnya, beliau menekankan agar perhatian perlu diberikan kepada institusi kekeluargaan, syiar Islam dan pengekalan raja-raja Melayu sempena Perhimpunan Perpaduan Melayu.

“Kita perlu memperjuang kepentingan agama Islam dan syiarnya, mempertahankan institusi raja Melayu dan keistimewaan orang Melayu, menegakkan maqasid syariah dengan bersikap sederhana, menjaga nilai-nilai murni dan menjaga institusi keluarga”.

Sebagai sebuah parti politik Melayu berpengaruh, UMNO amat menekankan konsep kesetiaan untuk terus mendukung ideologi masyarakat Melayu seperti adat dan Islam. Jika terdapat sebarang kecenderungan untuk mencabar ideologi ini, usaha-usaha tersebut dianggap sebagai satu penderhakaan dan ancaman. Menurut Kessler (1992: 42), nilai-nilai tradisi telah dibentuk oleh pemimpin yang memerlukan elemen masa lampau meskipun fenomena itu dilihat sudah ketinggalan zaman.

Selain itu, keadaan ini turut diterjemahkan melalui perhimpunan atau persidangan yang melibatkan belia Melayu khususnya mahasiswa yang cenderung menggunakan media sosial untuk mempersoalkan segala dasar atau usaha-usaha kerajaan dalam memajukan negara (Mstar, 2014). Namun, pada masa yang sama, ideologi politik dan identiti budaya yang cuba dikekalkan oleh UMNO turut mendapat cabaran secara strategik tidak hanya dalam kalangan belia Melayu sendiri malah melibatkan parti politik pembangkang khususnya Pakatan Rakyat (PR). Sebagai contoh, cubaan gangguan terhadap akaun Facebook pemimpin gerakan mahasiswa dianggap satu ancaman kepada pihak kerajaan untuk menolak sebarang usaha mencabar struktur ideologi politik semasa dan identiti budaya masyarakat Melayu (Harakahdaily 2014). Apatah lagi keadaan ini diperkuatkan dengan pandangan yang menganggap media sosial khususnya Facebook mempunyai kesan yang cukup berpotensi dalam mempengaruhi pandangan semasa golongan belia Melayu (Malaysian Insider, 2014).

Namun, teks media seperti digariskan oleh kebanyakan sarjana adalah bersifat polysemy iaitu mempunyai tafsiran makna yang bersifat pelbagai (Hartley 2012; Fiske 1986). Tambahan lagi, penglibatan khalayak secara aktif dalam proses penilaian terhadap mesej dipengaruhi oleh tahap pendidikan, umur, etnik, jantina, kelas sosial dan sebagainya (Morley 1980; Fiske 1986; Ang 1985; Press 1991; Bird 2003). Meskipun khalayak bersifat aktif dengan mempunyai tafsiran yang pelbagai, aspek penting yang perlu diberikan perhatian adalah perwatakan yang dibangunkan oleh mereka ketika mencerna isu-isu semasa yang berkait rapat dengan ideologi politik dan identiti budaya. Konsep perwatakan strategik telah mula diperkenalkan oleh kebanyakan sarjana kajian televisyen di dunia Barat dan Asia. Brunsdon (1981) yang mengkaji tentang hubungan antara khalayak wanita dan drama rantaian mendapati bahawa wanita cenderung mempamerkan kemahiran kewanitaian ketika memperhalusi teks-teks budaya di televisyen. Selain itu Jenkins (1992), yang memberi tumpuan kepada aktiviti penggunaan kandungan televisyen dalam kalangan peminat Star Trek yang menggunakan strategi tertentu dalam menghargai produk budaya popular ini. Meminjam konsep ‘poaching’ yang diilhamkan oleh

ahli falsafah terkemuka Michel de Certeau (1981), Jenkins melihat bagaimana peminat genre menyesuaikan budaya popular tertentu dengan cara memberikan mereka kelebihan atau kepuasan dan pada masa yang sama mengubah pengalaman menonton televisyen kepada suatu penyertaan budaya yang kaya dan rumit (Jenkins, 1981: 23). Livingstone dan Bober (2006) yang mengkaji kandungan internet dalam kalangan kanak-kanak dan remaja turut menggunakan strategi tertentu dalam menyesuaikan kandungan internet dalam agenda sosial seharian mereka.

Di Asia, sarjana seperti Chua (2008) meneliti reaksi penonton yang menikmati teks budaya Korea Selatan menerusi gelombang Hallyu yang menawarkan kepelbagaian genre produk budaya khususnya drama rangkaian. Beliau mendapati bahawa kebanyakan peminat wanita yang ditemui cenderung untuk mengenalpasti dan menjauhi (identifying and distancing) ketika membicarakan pengalaman menonton genre televisyen tersebut. Beberapa siri kajian lepas di peringkat tempatan telah membuktikan bahawa orang Melayu mempunyai perwatakan strategi tertentu ketika menonton televisyen. Misalnya, Wilson (2004) menganggap khalayak penonton Melayu sebagai pengguna yang sentiasa mengamalkan penilaian kreatif dan mentafsir kandungan rancangan televisyen asing dan kandungan internet luar negara. Beliau berhujah bahawa kemahiran taktikal yang dimiliki oleh penonton Melayu mampu mengubah kandungan tekstual yang bersifat pemujukan kepada bentuk pandangan umum yang mungkin bertentangan atau membentuk sokongan kepada pandangan yang berbeza (Wilson 2004: 110). Syed (2011, 2012 & 2013) menyatakan bahawa wanita Melayu mempunyai kemahiran menonton yang dibentuk melalui pengetahuan budaya, nilai-nilai Islam dan adat resam Melayu. Selain itu, Shamsudeen dan Morris (2014) yang menganalisis program realiti televisyen mendapati remaja Melayu cenderung untuk menyesuaikan apa yang mereka tonton berdasarkan kesesuaian identiti dan pengalaman seharian mereka. Dalam penggunaan teknologi media baharu, amalan yang melibatkan strategi dan taktik tertentu turut diamalkan oleh kebanyakan pengguna media sosial. Booth (2008: 517) dalam kajiannya mengenai keupayaan media sosial seperti *MySpace* membentuk satu ruang baharu untuk maklumat peribadi pengguna menjelaskan kebolehan pengguna *MySpace* mencipta cara yang lebih baharu dalam membina makna iaitu menerusi budaya dan kesepakatan hubungan dalam komuniti pengguna itu sendiri.

Ideologi Melayu moden

Seperti juga teknologi media yang lain, media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* mempunyai jangkauan yang cukup luas dalam masyarakat termasuklah dalam kalangan belia Melayu. Keupayaan media sosial ini telah menimbulkan kebimbangan khususnya kepada parti politik Melayu yang mendukung kerajaan hari ini seperti UMNO. Sebagai contoh, Puteri UMNO dalam Perhimpunan Agung UMNO 2014 telah menyatakan bahawa:

“Generasi muda amat dekat dengan internet. Mereka membaca blog, Facebook Instagram. Itu rutin mereka setiap hari. Media sosial sudah jadi ‘makanan’ mereka... Tetapi bahayanya media sosial ini juga menyebarkan pelbagai propaganda dan fitnah selain menghasut. Dakyah yang tersebar itu ada kalanya cukup meyakinkan terutamanya apabila disertakan dengan gambar, statistik dan bukti yang dimanipulasi supaya kelihatan sahi”..

Meskipun pada mulanya kerajaan mewujudkan kemudahan internet dan teknologi maklumat sebagai usaha-usaha awal untuk berubah menjadi sebuah negara maju, keupayaan internet itu sendiri meletakkan satu kesangsian terhadap kecenderungan sesetengah individu dalam masyarakat yang secara strategik menggunakan media sosial sebagai platform utama untuk mengkritik pemerintah. Menurut seorang responden, tanggapan negatif Puteri UMNO terhadap media sosial memberi petunjuk kepada penguasaan dan kesedaran sesetengah parti politik terhadap internet sebagai landasan utama bagi tujuan kempen politik khasnya dalam kalangan generasi muda.

“Bagi saya pembangkang sangat bagus dalam hal-hal penggunaan media sosial. Jadi tidak menghairankan kalau ramai belia Melayu sekarang yang menyokong mereka. Itu yang menyebabkan Puteri UMNO bagi kenyataan macam ini sebab mereka tidak kuat dan popular dalam media sosial jika nak dibandingkan dengan Anwar Ibrahim atau Rafizi. Bagi saya, media sosial seperti Twitter amat bagus kalau pemimpin politik dapat balas dengan cepat. Ini menunjukkan mereka hormat pandangan kita. Saya pernah tweet Anwar Ibrahim dan dia balas tweet saya dengan cepat dan saya rasa bangga sangat. Saya yakin yang beliau sendiri buat sebab bahasa yang digunakan itu tidak sama macam sesetengah pemimpin UMNO seperti Najib razak yang bahasanya formal dan diplomatik. Nampak macam bukan dia yang balas”.

(B, 20, Pelajar)

Pandangan B terhadap penggunaan media sosial terutamanya untuk tujuan politik memberi satu petunjuk bahawa generasi muda hari ini masih lagi menekankan nilai-nilai murni tradisi masyarakat Melayu. Antaranya ialah sifat ikhlas dan amanah pemimpin politik yang tidak hanya menyumbang kepada kecenderungan ideologi semasa tetapi turut memperlihatkan bagaimana beliau menggunakan media sosial sebagai satu strategi untuk menguji gaya kepimpinan politik Melayu semasa. Pada masa yang sama, meskipun terdapat sesetengah pandangan bahawa pembentukan proses penyertaan bersama sebagai komuniti virtual (virtual community) atau jaringan awam (public network) dalam media sosial boleh diperlihatkan melalui persamaan kecenderungan identiti dan pemahaman terhadap dari segi sudut pandang (Livingstone, 2005) yang kemudiannya mewujudkan ruang awam yang dikongsi

bersama (Habermas, 1991). Namun, konteks ruang awam hari ini tidak bersifat *heterogenous* lantaran sesetengah khalayak yang tergolong atau tidak tergolong dalam ruang tersebut (Boyd 2011; Warner 2002). Pada satu sudut yang lain, pandangan B turut dilihat sebagai satu pencapaian individu kerana kerana balasan *tweet* oleh pemimpin pembangkang seperti Anwar Ibrahim. Menurut Sarjana seperti Bennet et. al. (2008), bentuk penglibatan politik individu (*individual politic*) pada hari ini semakin popular khususnya menerusi media sosial. Keadaan ini boleh dibuktikan dengan kecenderungan generasi muda yang amat menggemari perhatian dan menggunakan media sosial khususnya *Twitter*, *Instagram* dan *Facebook* untuk mengejar populariti individu (Utusan Malaysia, 2013; Bernama 2015).

Perkembangan dan kebolehan media sosial yang pada satu tahap membenarkan pengguna khususnya belia Melayu hari ini untuk memberi pandangan terhadap sesuatu isu menjadikan struktur ideologi masyarakat Melayu yang berpegang teguh kepada adat dan Islam berada dalam keadaan yang tidak stabil. Sebagai contoh, pemimpin UMNO kerap kali memberi peringatan kepada generasi muda Melayu hari ini agar memberikan perhatian terhadap kesahihan maklumat yang diperolehi atau dikongsi menerusi media sosial seperti *Facebook* (Bernama, 2015). Selain itu, generasi muda hari ini turut diingatkan tentang kewajaran menggunakan media sosial agar tidak melampaui batas ideologi Melayu yang berteraskan adat dan Islam (Utusan Malaysia, 2015). Namun, seorang responden tidak menafikan bahawa tegahan atau larangan yang bersifat tradisi menyulitkan perjalanan proses kemajuan. Apatah lagi, dunia hari ini menyaksikan perkembangan ekonomi yang rancak dan memerlukan masyarakat semasa bergerak dan bertindak dengan cepat.

“Terdapat juga tegahan atau larangan yang kita amalkan sejak dahulu yang mungkin tidak relevan dengan zaman sekarang. Dunia hari ini semakin bergerak dan berubah cepat. Kalau kita masih nak ikut cara Melayu dahulu dengan protokol dan sebagainya, ini akan menyebabkan proses kemajuan menjadi perlahan. Bagi saya walaupun maju macam mana sekalipun orang Melayu mesti kekalkan konsep Melayu itu sendiri. Kita kena cuba terima apa yang ada seiring dengan proses perubahan zaman sekarang tapi apa pun kita tetap kena berbalik juga dengan sejarah”.

(E, 20, Pelajar)

Ketika membincangkan isu ini, E mengakui bahawa tafsiran Melayu amat rumit kerana mempunyai persekitaran adat resam yang perlu dipatuhi. Meskipun beliau berpandangan bahawa sesetengah adat resam atau pantang-larang masyarakat Melayu tidak sesuai dengan zaman moden, E masih akur dengan ideologi Melayu itu sendiri yang perlu dipertahankan dan melihat sejarah sebagai sumber penting dan petunjuk. Pandangan E turut dikongsi oleh seorang lagi responden, D yang melihat takrifan Melayu perlu disesuaikan dengan zaman moden. Mengakui bahawa beliau masih ragu-ragu dengan takrifan Melayu yang bersifat cliché, E menganggap

bahawa istilah Melayu adalah subjektif kerana kebanyakan generasi hari ini mula mengalami perubahan sosial seiring dengan kemajuan ekonomi global.

“Bagi saya takrifan Melayu itu sangat subjektif. Kita selalu dengar kalau kita mengamalkan adat resam Melayu, cakap Melayu dan beragama Islam maka kita adalah melayu. Tapi individu macam saya adalah modified Melayu. Bukan melayu yang tulen. Tapi tidaklah tersasar dari konsep Melayu yang biasa kita dengar. Melayu yang sudah di improvised. Kita nak survive dalam dunia global dan jadi maju tapi pada masa yang sama kita tak nak buang Melayu. Apa pun kita tak boleh jadi Melayu yang berminda sempit kena terbuka”.

(D, 21, Pelajar)

Kenyataan D amat menarik untuk dibincangkan kerana konsep globalisasi telah memberi kesan yang luas kepada masyarakat Melayu semasa khususnya generasi muda (Wan Abdul Kadir, 2005: 174). Selain itu, pandangan beliau turut memberi satu gambaran baharu mengenai konsep identiti diri yang dipanggil sebagai *modified* Melayu atau Melayu yang tidak tulen. Istilah sebegini yang dikemukakan oleh E memberi satu petunjuk kepada apa yang digelar sebagai takrifan seharian realiti sosial yang membantu kepada pembentukan identiti seseorang individu di negara ini khususnya masyarakat Melayu (Shamsul, 1996: 477). Dalam perkataan lain, media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* yang menjadi ‘makanan’ seharian oleh kebanyakan generasi muda hari ini secara strategik telah menyumbang dengan berkesan lantaran penggunaannya secara berterusan (Utusan Malaysia, 2014; Berita Harian, 2012).

I want to touch a dog: pandangan baharu dan penyesuaian tradisi

Selain daripada ideologi politik, media sosial digunakan hampir setiap hari oleh generasi muda Melayu semasa yang tidak hanya mengukuhkan pembinaan identiti malah mempersoalkan struktur identiti budaya masyarakat Melayu. Antaranya ialah isu kempen *I want to touch a dog* yang mendapat reaksi negatif khususnya di peringkat pihak berkuasa kerajaan khususnya Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). Walaupun pihak berkuasa agama seperti Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan Majlis Agama Islam Selangor (MAIS) memberikan reaksi negatif terhadap kempen seumpama ini (Bernama, 2014; The Star 2014), pandangan yang diberikan oleh responden dalam kajian ini ternyata agak berbeza. Misalnya, J menjadikan faktor persekitaran budaya sebagai alasan utama untuk menjadikan anjing sebagai subjek yang perlu diberikan perhatian.

“Pada saya kempen bersikap terbuka sebegini cuba menunjukkan bahawa anjing adalah binatang yang harmless. Kita dari kecil sampai besar mesti diberitahu bahawa anjing haram, anjing tak boleh pegang, anjing gigit orang. Nampak anjing semua orang lari. Kenapa perlu lari? Anjing tidak akan mengacau kita kalau

dia tidak dikacau. Satu lagi, saya dibesarkan dengan kawan-kawan Cina dan India. Jadi anjing boleh dikatakan saya pun dah pegang juga. Kalau hendak lihat dari sudut agama memanglah salah. Tapi cultural surrounding saya dibesarkan membolehkan saya adapt dengan situasi begini”.

(J, 21, Pelajar)

Dalam kes ini, J melihat anjing sebagai binatang yang tidak berbahaya dan tanggapan terhadap anjing perlu diubah. Pandangan J boleh dianggap sebagai satu usaha penyesuaian semula tradisi yang sering menyatakan anjing sebagai haram dan tidak boleh dipegang. Meskipun J sedar bahawa anjing adalah haram di sisi agama Islam, tetap beliau tidak dapat menolak fakta bahawa proses kehidupan di bandar besar mula bergerak ke arah masyarakat berbilang kaum yang menuntut usaha-usaha pengadaptasian terhadap suasana kehidupan yang baharu.

Seorang lagi responden yang ditemui menilai kempen *I want to touch a dog* dari sudut yang lebih positif. Q yang mengikuti perkembangan kempen tersebut menerusi Facebook menyambut baik usaha-usaha memahami anjing sebagai subjek yang haram dalam agama Islam dan teknik penyucian jika berlaku penyentuhan. Namun, J turut mempertikaikan anjing yang menjadi subjek utama dalam kempen tersebut yang kebanyakannya merupakan binatang peliharaan dan menarik perhatian ramai peserta untuk memengangnya dengan sengaja.

“Isu ini menjadi viral dalam Facebook. Ada yang cakap kita orang Melayu mana boleh pegang anjing. Kalau kita lihat balik apa yang penganjur cuba highlight dalam event ini ialah kehadiran ustaz yang mengajar macam mana hendak menyucikan diri kalau terpegang anjing. Ironinya di sini anjing yang datang semua lawa-lawa. Siapa yang tidak mahu pegang. Cuba kalau anjing jalanan yang buruk-buruk ada orang yang nak pegang? Kalau kita tengok betul-betul media hari ini apa-apa yang berkaitan dengan Melayu dan Islam mesti akan boom meletup dan tarik perhatian ramai. Walhal event ini tidak ada beri kesan apa-apa pun”.

(Q, 21, Pelajar)

Pandangan Q yang merujuk Islam sebagai identiti budaya yang penting untuk proses penyucian selepas menyentuh anjing memperlihatkan bahawa belia Melayu hari ini masih lagi berpegang teguh dengan nilai-nilai tradisi. Selain itu, keupayaan media sosial yang menjana populariti kempen *I want to touch a dog* sehingga menjadi viral turut menggunakan ideologi adat Melayu dan Islam yang merupakan ciri-ciri identiti utama budaya masyarakat Melayu. Pendapat Q turut diakui oleh seorang lagi responden, K yang melihat kempen tersebut sebagai satu usaha yang perlu diberikan perhatian kerana ingin memberi kesedaran terhadap orang awam mengenai anjing. Beliau yang mengakui pernah menyentuh anjing

masih dibatasi dengan identitinya sebagai seorang Melayu yang menganggap bahawa anjing adalah haram di sisi agama Islam.

“Saya pernah berada di rumah kawan dan anjing dia datang dan bergerak-gerak tepi saya. Saya pernah sentuh tetapi tidaklah sampai menjilat-jilat. Saya jaga batas. Tentang event ini kita kena fikir apa tujuan sebenarnya. Bukan suka-suka tetapi cuba memberi kesedaran kepada orang awam supaya jangan takut dengan anjing. Masalahnya, masyarakat sekarang sukakan perhatian. Itu yang berlaku. Budak-budak muda sekarang sukakan attention. Eh orang ini sentuh anjing lah! Ambil gambar dan upload dalam Instagram. Mereka sukakan perhatian sebegini agar semua orang akan fokus pada dia sahaja”.

(K, 20, Pelajar)

Menyedari tentang keupayaan media sosial yang mampu memberikan tanggapan berbeza mengenai kempen *I want to touch a dog*, K turut mengkritik generasi muda hari ini yang sering menyalahgunakan media sosial untuk tujuan populariti. Keadaan ini turut meletakkan kebolehan media sosial yang berperanan besar dalam usaha-usaha generasi hari ini untuk mencari populariti menerusi status tertentu. Walaubagaimanapun, seperti yang dinyatakan oleh Boyd (2014), keupayaan media sosial menyebarkan maklumat menerusi perkongsian status turut mampu memberikan kesan negatif dalam usaha mendapatkan perhatian daripada pengguna yang lain.

Media sosial memberi peluang dan ruang yang luas kepada generasi muda hari ini untuk mentafsir dan memurnikan semula ideologi Melayu seperti adat dan Islam serta mengukuhkan identiti budaya mereka seiring dengan era globalisasi. Seperti yang diujahkan pada bahagian awal, generasi muda yang menjadi responden dalam kajian ini masih merujuk dengan norma-norma tradisi meskipun pada satu tahap mereka cuba mengetengahkan pandangan yang bercorak individu dalam isu-isu politik dan sosial (Bennet, 2008). Pandangan oleh kebanyakan responden yang merupakan pengguna tegas media sosial dilihat terikat dengan konsep media elektronik seperti televisyen, radio dan akhbar. Dengan perkataan lain, gaya penggunaan dan proses tafsiran mereka terhadap teks budaya yang terpapar menerusi media sosial mempunyai persamaan dengan dapatan oleh kajian lepas mengenai televisyen dan khalayak (Wilson 2004; Md Syed, 2013; Shamshudeen 2014). Kajian ini juga turut memperlihatkan bahawa kewujudan ruang awam dan peribadi menjadi sangat kabur lantaran generasi muda dalam kajian ini cenderung untuk memiliki pandangan dan tafsiran yang bersifat pelbagai. Namun pandangan ini diolah dan disesuaikan dengan strategik mengikut ideologi dan identiti masyarakat Melayu.

RUJUKAN

- Abd Aziz Itar. 2012. Lawan trend gangnam style. http://www.utusan.com.my/utusan/Hiburan/20120905/hi_05/Lawan-trend-Gangnam-Style. 24 Oktober 2014.
- Ali, S. A. S. 2005. 169 TV channels for viewers in Malaysia in 2006. *Bernama Daily News*. Retrieved March 20, 2008.
- Ang, I. 1985. *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London and New York: Routledge.
- Appadurai, A. 1996. *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization Volume 1 of Public worlds*. USA: University of Minnesota Press.
- Barker, C. 2008. *Cultural studies: Theory and Practice*. London: Sage Publications.
- Bennet, S, Malton, K. & Kervin, L. 2008. The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, Volume 39, Issue 5, pages 775–786, September 2008.
- Berita Harian, 25 oktober 2014 Penganjur “*I want to touch a dog*” mohon maaf. Dicapai pada 30 March 2015
- Berita Harian, 9 Ogos 2012. Siswa ketagih laman sosial. Dicapai pada 30 March 2015
- Bernama. 2014, 21 Oktober. Penganjur *I want touch a dog* tidak tepati persetujuan - MAIS. Dicapai pada 30 March 2015
- Bernama. 2014, 20 Oktober. Jakim siasat program *I want touch a dog*. Dicapai pada 30 March 2015
- Bernama. 2015, 28 Mac. Scrutinise Information Before Sharing: Jailani. Dicapai pada 30 March 2015
- Bird, S. E. 2003. *The audience in everyday life: Living in a media world*. New York and London: Routledge.
- Brunsdon, C. 1981. 'Crossroads'. Notes on soap Opera. *Screen*, 22(4). 32-37.
- Booth, P. 2008. Rereading fandom: MySpace character personas and narrative identification. *Critical Studies in Media Communication*, 25(5), 514-536
- Boyd, D. 2007. Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. *MacArthur foundation series on digital learning—Youth, identity, and digital media volume*, 119-142.

- Boyd, D. 2014. *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press
- Certeau, M. D. 1988. *The Practice of Everyday Life* (S. F. Rendall, Trans.). Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press. (Original work published 1984).
- Chala, J. K. 2004. *Transnational television worldwide: Towards a new media order*. Ithaca, NY: Tauris. Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230
- Chua, B. H., & Iwabuchi, K. (Eds.). 2008. *East Asian Pop Culture. Analysing the Korean Wave*. Aberdeen, Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Croteau, D. & Hoynes, W. 2000. *Media/society: industries, images, and audiences*. Pine Forge Press: The University of Michigan.
- Ellison, N. B. 2007. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 13, Issue 1, pages 210–230, October 2007.
- Fiske, J. 1987. *Television culture*. London: Routledge.
- Giddens, A. 1991. *Modernity and self identity*. Stanford: Stanford University Press.
- Habermas. 1992. *Habermas and the Public Sphere*. USA: MIT Press.
- Harakahdaily. 2012. TV Selangor kini boleh ditonton di kaca TV rumah anda. <http://www.harakahdaily.my/tv-selangor-kini-boleh-ditonton-di-kaca-tv-rumah-anda>. 1 Disember 2014.
- Hartley, J. 2012. *Communication, cultural and media studies: The key concepts*. UK: Routledge.
- Jenkins, H. 1991. Star Trek rerun, reread, rewritten: Fan writing as textual poaching. In C. Penley, E. Lyon, L. Spigel & J. Berstrom (Eds.), *Close Encounters. Film, Feminism, and Science Fiction* (pp. 171-204). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Jenkins, H. 1992. *Textual Poachers. Television Fans & Participatory Culture*. New York and London: Routledge.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68

- Karthigesu, R. 1994a. *Sejarah Perkembangan Televisyen di Malaysia (1963-1983)*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Karthigesu, R. 1994b. Broadcasting deregulation in developing Asian nations: an examination of nascent tendencies using Malaysia as a case study. *Media, Culture & Society* (16), 73-90.
- Karthigesu, R. 1998. Transborder Television in Malaysia. In A. Goonasekara & P. S. N. Lee (Eds.), *TV Without Borders: Asia Speaks Out* (pp. 38-77). Singapore: AMIC.
- Livingstone, S. 2008. Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New media & society*, 10(3), 393-411
- Maxwell, J.A. 2005. *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. USA: Sage.
- Mayfield, A. 2007. What is social media? Retrieved December 1, 2007, from http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_social_media_Nov_2007.pdf
- Md Syed, M. A. 2013. Malay women as discerning viewers: Asian soap operas, consumer culture and negotiating modernity. *Gender, Place & Culture*, 20(5), 647-663.
- Michel de Certeau. 1981. *Cultural Theorist*. London: Sage.
- Morley, D. 1980. *The "Nationwide" Audience: Structure and Decoding*. London: British Film Institute.
- Mstar. 2014 *I want touch a dog*: Timbalan Menteri bidas kolumnis The Star. Dicapai pada 30 March 2015
- Müller, D. M. 2014. *Islam, politics and youth in Malaysia: the pop-Islamist reinvention of PAS*. UK: Routledge
- Othman, N. 1998. Islamization and modernization in Malaysia: Competing cultural reassertions and women's identity in a changing society. In Wilford R. & R.L. Miller (Eds.), Women, ethnicity and nationalism. *The politics of transition*. (pp. 147-166). London and New York: Routledge.
- Othman, N. & Hooker, V. 2003. *Malaysia: Islam, Society and Politics*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.

- Press, A. L. 1991. *Women Watching Television. Gender, Class and Generation in the American Television Experience*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Ruddock, A. 2013. *Youth and media*. UK: Sage Publications.
- Shahnaz, L., & Wok, S. 2011. Religious motives for using Facebook among university Muslim students. *Kertas Persidangan Seminar Kebangsaan Media dan Dakwah (SMED)*, USIM.
- Shamshudeen, R. I., & Morris, B. 2014. 'No hugging please, we are Muslims': Akademi Fantasia, Malay television audiences and the negotiation of global popular cultural forms. *Asian Journal of Communication*, 24(2), 142-157.
- Shamsul, Amri Baharuddin. 1996. 'Debating about identity in Malaysia: A discourse analysis', *Southeast Asian Studies*, 34(3): 476-499.
- Shamsul Amri Baharudin. 1997. *The Economic Dimension Of Malay Nationalism –The Socio-Historical Roots Of The New Economic Policy And Its Contemporary Implications*. Wiley: Institute of developing Economies.
- Singh, H. 1998. Tradition, UMNO and political succession in Malaysia. *Third World Quarterly*, 19(2), 241-254.
- Syed, M. A. M. 2011. Soap opera as a site for engaging with modernity amongst Malay women in Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 13(1).
- Syed, M. A. M., & Hamzah, A. 2012. Imagining Transnational Modernity in Contemporary Malaysia: Malay Women, Asian Soap Operas, and Moral Capabilities. *ASIAN WOMEN*, 28(1), 3-33.
- Syed, M. A. 2013. Malay women as discerning viewers: Asian soap operas, consumer culture and negotiating modernity. *Gender, Place & Culture*, 20 (5), 647-663.
- Taylor, J.S. & Bogdan. R. 1998. *Introduction to Qualitative Research Methods*. USA: Wiley.
- Utusan Malaysia. 2014. Teks Ucapan Dasar Mas Ermieyati Samsuddin, Ketua Puteri UMNO Malaysia. Dicapai pada 30 March 2015.
- Utusan Malaysia. 2013. Bantu golongan muda hadapi cabaran dunia. Dicapai pada 30 March 2015.

- Utusan Malaysia. 2014. Sedutan ucapan penggulungan Presiden UMNO, Datuk Seri Najib Tun Razak dalam Perhimpunan Agung UMNO ke-68. Dicapai pada 30 March 2015.
- Utusan Malaysia. 2010. Pemuda bukan Ancaman. http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2010&dt=1021&pub=Utusan_Malaysia&sec=Muka_Hadapan&pg=mh_02.htm. 21 Mac 2014.
- Wahab, J. A. 2011. Television talk shows and the public sphere. *Jurnal Komunikasi; Malaysian Journal of Communication*, 27(2), 27-45.
- Wan Abdul Kadir Wan Yusoff. 2005. Bahasa dan Pemikiran Melayu dalam Bahasa dan Pemikiran Melayu. Kuala Lumpur: Akademi Pengajian Melayu.
- Warner, M. 2002. *Publics and Counterpublics*. New York: Zone Books.
- Wilson, T. 2004. *The Playful Audience: From talk show viewers to internet users*. New Jersey: Hampton Press.
- Yong Liow, J. C. 2004. Exigency or expediency? Contextualising political Islam and the PAS challenge in Malaysian politics. *Third World Quarterly*, 25(2), 359-372
- Zulkifli Jalil. 2012. *Arab Springs* berbeza dengan kita http://www.utusan.com.my/utusan/Rencana/20120727/re_08/Arab-Spring-berbeza-dengan-kita. 5 Januari 2015.

Profil Penulis:

Md Azalanshah Md Syed

Jabatan Pengajian Media

Fakulti Sastera dan Sains Sosial

Universiti Malaya

50603 Kuala Lumpur.

azalan@um.edu.my

011-3980 6128

Noor Sulastry Yurni Ahmad

Jabatan Antropologi dan Sosiologi

Fakulti Sastera dan Sains Sosial

Universiti Malaya

50603 Kuala Lumpur.

sulastryyurni@um.edu.my

012-2295703

Mohd Zaamri Zainal Abidin

Jabatan Pengajian Media

Fakulti Sastera dan Sains Sosial

Universiti Malaya

50603 Kuala Lumpur.

azalan@um.edu.my