

PENGARUH TELEVISYEN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP GOLONGAN BELIA DI MALAYSIA

**Mohd Sobhi Ishak, Awan Ismail, Bakri Mat, Azahar Kassim,
Shariffah Mamat & Norati'qah Talib**

Pengaruh dan kesan media terutama televisyen telah dikaji sejak tahun 1950-an dengan memfokuskan kepada kesan negatif terhadap pembentukan pemikiran kanak-kanak, remaja dan belia (Wertham, 1954; Belson, 1978; Comstock et al., 1978; Comstock & Paik, 1991; Paik & Comstock, 1994). Kini, perkembangan dunia teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) pula telah meletakkan internet sebagai platform media dalam talian yang sangat berpengaruh kepada pelbagai kelompok masyarakat khususnya belia. Perubahan senario media ini telah membuka ruang penelitian kajian lebih luas dan terbuka (Lin & Choo, 2010; Abdullah Sulong, & Mawaddah Abdullah, 2010; Lewis & Shewmaker, 2011; Wan Norina Wan Hamad et al., 2013; Guo & Chan-Olmsted, 2015).

Keterbukaan media dalam talian terutama media sosial turut memberi ruang kebebasan kepada golongan belia menggunakannya tanpa batasan. Pendedahan langsung kepada kandungan media kini menjadi ancaman besar terhadap ideologi, pemikiran, budaya, hiburan dan pelbagai pengaruh luar. Kebimbangan utama ialah kesan media terhadap pemikiran belia. Ini kerana gangguan kepada pemikiran berupaya menjejaskan kestabilan fungsi emosi dan mental individu selain perhubungan sosial dalam masyarakat (Cheung & Wong, 2011; Spettigue & Henderson, 2004; Ma 2011). Kebimbangan ini menjadi lebih serius apabila berlakunya kebergantungan keterlaluan belia terhadap media.

Berdasarkan kepada dua jenis media yang menjadi pilihan utama belia, bab ini membincangkan tentang profil, pola tontonan televisyen dan penggunaan media sosial oleh golongan belia. Makalah ini turut meneliti impak media terhadap pandangan dan pemikiran golongan belia di Malaysia.

Media dan Pemikiran Belia

Dewasa ini kebimbangan mengenai landas fikir yang salah dan tingkah laku yang negatif dalam kalangan belia menjadi isu yang serius dalam masyarakat. Pada suatu ketika, negara pernah dilanda isu gejala sosial yang dikaitkan dengan belia. Pelbagai laporan jenayah berkaitan belia dipaparkan melalui media ("Kempen 'Minggu Tidak Menonton Televisyen' patut disambut baik", Berita Harian, 21 April 2010). Kebanyakannya mengaitkan punca masalah sosial golongan belia ini dengan pengaruh negatif media.

Program TV yang sebelumnya dianggap sebagai medium panduan dan pendidikan dikatakan mula menguasai minda belia dengan nilai yang jauh bertentangan dengan adat ketimuran yang akhirnya mempengaruhi tingkah laku dalam kehidupan seharian. Adegan pergaulan tanpa batasan dan seks bebas serta perlakuan ganas seperti gengsterisme dipaparkan dalam TV sama ada menerusi drama atau filem tempatan mahupun Barat diibaratkan menjadi 'guru' kepada belia. Drama sinetron tahyul dari seberang dan filem ganas dari Barat dilihat cukup mudah mempengaruhi minda golongan ini. Begitu juga dengan pelbagai rancangan hiburan yang diimport dari luar negara atau ditiru dari

rancangan luar turut mengasak konsep dan budaya yang tidak selari dengan nilai masyarakat Malaysia. Suasana ini dilihat ketika ini sebagai tren ikutan golongan belia.

Beberapa kajian yang dilakukan di Malaysia mendapati wujud perkaitan yang signifikan di antara kekerapan tontonan rancangan hiburan di TV dengan keruntuhan akhlak (Abdullah Sulong, & Mawaddah Abdullah, 2010) dan penampilan akhlak kurang baik (Wan Norina Wan Hamad et al., 2013). Realitinya, TV akan memberikan suatu kesan tontonan kepada belia di Malaysia kerana berdasarkan kajian oleh FOMCA dalam tahun 2005, sebanyak 73 peratus masa lapang golongan muda dihabiskan untuk menonton TV di antara 3 hingga 5 jam sehari ("Kempen 'Minggu Tidak Menonton Televisyen' patut disambut baik", Berita Harian, 21 April 2010).

Belia dilihat sedang bergerak dalam dua arah ekstrem berbeza iaitu ekstrem negatif dalam konsep hiburan, dan ekstrem positif dalam konsep agama dan politik. Kedua-dua keadaan ini menunjukkan pemikiran belia amat dipengaruhi oleh media yang digunakan oleh mereka. Rancangan dalam TV semakin longgar kawalannya, kurang digemari oleh belia, dan dianggap berulang-ulang serta ketinggalan (Abdullah Sulong & Mawaddah Abdullah, 2010; Wan Norina Wan Hamad et al., 2013). Golongan belia kini menggunakan sepenuhnya kebebasan internet untuk berhibur menggunakan lagu, filem, drama, permainan dalam talian dan berbual menerusi media sosial (*YouTube*, *Facebook*, *Instagram* dan sebagainya).

Konteks ekstrem hiburan memperlihatkan keasyikan dan keterlaluan melibatkan diri dengan aktiviti hiburan. Keinginan berhibur secara keterlaluan menyebabkan beberapa orang belia Malaysia mati mengejut di bawah pengaruh dadah semasa berasak-asak dalam Konsert *Future Music Festival Asia* yang diadakan di Stadium Nasional Bukit Jalil yang dihadiri oleh 85,000 penonton (Ana Ghoib, Berita Harian, 16 Mac 2014). Pada Januari 2015, negara dikejutkan sekali lagi dengan viral di media sosial yang menunjukkan sekumpulan remaja perempuan bertudung dipeluk dan dicium oleh artis K-Pop B1A4 dari Korea Selatan di atas pentas nyanyian. Akhirnya situasi tersebut dikesan berlaku dalam Konsert di *KL Live Center* (Zaidi Mohamad, Berita Harian, 15 Januari 2015). Kedua-dua kejadian ini menggambarkan keasyikan generasi belia di negara ini terhadap aktiviti hiburan hingga merosakkan diri dan membelakangkan nilai agama dan harga diri. Dalam konteks ekstrem hiburan ini, televisyen didapati mendominasi pembentukan awal konsep hiburan kepada golongan belia yang seterusnya diperkukuhkan oleh media sosial hingga membawa mereka ke pentas konsert hiburan.

Manakala konteks ekstrem agama dan politik memperlihatkan golongan belia kini merupakan antara golongan yang begitu mudah terjebak dengan kumpulan ekstrimis agama seperti kumpulan militan *Islamic State* (IS) yang meletakkan jihad melalui jalan peperangan sebagai perjuangan utama. Penglibatan belia Malaysia dalam gerakan militan ini semakin membimbangkan ("Agong gesa rakyat waspada propaganda kumpulan militan, Astro Awani, Mac 9, 2015"; "IS: Tiket penerbangan dan kos perjalanan pelajar dipercayai ditanggung 'bakal suami', Awani, Februari 19, 2015"). Pengaruh media sosial seperti Facebook dan YouTube dikesan antaranya sebagai punca pembentukan kefahaman yang salah mengenai konsep jihad kumpulan ini. Selain itu, golongan belia juga turut dilihat mendominasi protes dan demonstrasi jalanan dalam beberapa isu politik yang sering dicetuskan oleh kumpulan politik tertentu. Penglibatan golongan ini digerakkan dengan mudah melalui media sosial seperti blog, *twitter*, *Facebook* dan *YouTube* ("Demo besar pro-Anwar bulan depan 7 Mac 2015"). Dalam konteks ekstrimis agama dan politik, media sosial menjadi medium penting menggerakkan golongan belia kerana mereka merupakan pengguna terbesar medium berkenaan.

Teori Pemupukan

Pengaruh program TV terhadap belia telah lama mendapat perhatian saintis sains sosial. Dalam bidang komunikasi massa, Teori Pemupukan (*Cultivation Theory*) telah menjelaskan mengenai kekerapan menonton televisyen yang melibatkan aspek keganasan didapati membentuk pemikiran

bahawa dunia ini kurang selamat (Gerbner & Gross, 1976). Pendedahan dalam tempoh masa yang lama sesuatu tontonan akan memberi kesan kepada pembentukan pemikiran mengenai konsep realiti sosial kehidupan kepada penonton TV. Umumnya hubungan antara tontonan televisyen dan penilaian pemikiran pengguna sememangnya wujud secara signifikan pada tahap yang sederhana (Shrum et al., 2011).

Selain itu, kajian awal mengenai penggunaan dan pemuasan kehendak melalui media mendapati terdapat motif dalam penggunaan sesuatu media (Swanson, 1977; Blumler, 1978). Dapatan kajian terdahulu turut mendapati bahawa tanggapan kandungan dalam program TV adalah sama dengan realiti di luar dan daya tarikan penonton terhadap TV menunjukkan pengaruh medium tersebut (Greenberg, 1974; Hawkins, 1977). Kajian Greenberg (1974) yang dikembangkan oleh Rubin (1979, 1983, 1986, 2009), Rubin dan Perse (1987a, 1987b) dan pengkaji-pengkaji moden di seluruh dunia (antaranya Lin, 1993; Hawkins, Pepler & Craig, 2001; Chan-Olmsted & Chang, 2006; Askwith, 2007; Geerts, Cesar, Bulterman, 2008; Moyer-Gusee & Nabi, 2010; Weisler, 2012; Guo & Chan-Olmsted, 2015) terus mendapati wujud pengaruh TV terhadap masyarakat khususnya golongan belia. Perkembangan pesat teknologi telah membolehkan program TV turut ditonton menerusi media sosial. Pelbagai genre cerita kini boleh ditonton melalui *YouTube* dan *TV Online* (seperti Tonton) yang menghasilkan kesan pemupukan yang sama terhadap pemikiran seperti menonton melalui TV konvensional (Lau, 2015).

KAEDAH

Kajian tinjauan berasaskan reka bentuk keratan rentas telah dilaksanakan dengan menggunakan borang soal selidik bercetak. Subjek kajian ini ialah golongan belia di seluruh Malaysia yang aktif menonton TV dan mengakses media sosial dalam kawasan penembusan internet yang tinggi. Golongan belia ini meliputi peringkat umur yang digunapakai dalam takrif belia di Malaysia iaitu 15 hingga 30 tahun. Pemilihan sampel kajian adalah menggunakan teknik persampelan rawak berstrata tak seimbang pelbagai tahap (*multistage disproportionate stratified random sampling technique*). Melalui teknik ini jumlah sampel sebanyak 3600 responden diperinci berdasarkan zon, negeri, kawasan dan etnik. Penggunaan teknik ini diharap dapat memperoleh sampel yang merentasi populasi belia di Malaysia supaya generalisasi dapat dilakukan. Sungguhpun jumlah maksimum sampel sebanyak 400 adalah mencukupi bagi mewakili infiniti populasi (Krejcie & Morgan, 1970; Hair, Black, Babin & Anderson, 2010; Hair, Hult, Ringle & Sarstedt, 2014), penggunaan sebanyak 3600 responden akan membolehkan generalisasi turut dilakukan berdasarkan zon dan negeri yang dapat memberi impak terperinci kepada 37 juta populasi belia di Malaysia. Kaedah ini juga menepati penggunaan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensi. Walau bagaimanapun, makalah ini hanya membincangkan analisis kutipan data yang dijalankan terhadap 2007 borang soal selidik yang lengkap dijawab oleh responden semasa proses penganalisan data.

Instrumen kajian iaitu borang soal selidik dibahagikan kepada tiga (3) bahagian iaitu Bahagian A, Bahagian B dan Bahagian C. Bahagian A mengandungi maklumat umum mengenai latar belakang responden. Bahagian B mengandungi soalan berkaitan tontonan TV iaitu jumlah jam tontonan berdasarkan waktu sering menonton. Ia bertujuan mengukur tahap pendedahan terhadap program TV berdasarkan dua soalan utama iaitu jumlah jam tontonan (pada hari cuti dan hari bekerja) di mana, purata tontonan keduanya akan memberikan cerapan tontonan lebih tepat (Rubin, 1979). Soalan lain yang dikemukakan ialah slot waktu kegemaran menonton, teman menonton, tiga program kegemaran yang ditonton, kategori program digemari, dan medium lain yang digunakan untuk menonton. Kesemua pemboleh ubah tersebut diukur menggunakan skala nominal.

Sebanyak 24 sebab responden menonton TV yang diadaptasi daripada kajian Greenberg (1974), Rubin (1979, 1983, 1986, 2009) serta Rubin dan Perse (1987a, 1987b) digunakan untuk mengukur motif tontonan TV. Ia disusun dalam enam kategori iaitu pembelajaran (6 item), masa lapang/kebiasaan (6

item), teman (3 item), eskapisme (3 item), rangsangan (3 item), dan santaian (3 item). Kesemua item diukur menggunakan skala likert 10 tahap (1=tidak setuju hingga 10=sangat setuju).

Responden juga diminta memberi nilai di antara 1 hingga 10 berdasarkan tahap kepentingan menonton TV bagi enam item soalan yang dikemukakan. Ia bertujuan mengukur sikap belia terhadap program TV berdasarkan keterikatan mereka dengan daya tarik program TV dan tanggapan bahawa program TV ditonton seperti realiti sebenar. Keterikatan dengan daya tarikan TV diukur menggunakan tiga item soalan manakala tanggapan program TV seumpama realiti sebenar juga diukur menggunakan tiga item soalan. Responden juga diminta menanda pada sebab-sebab mereka tidak suka menonton TV. Bahagian C mengandungi soalan-soalan untuk mengukur penggunaan media sosial. Antara soalan yang dikemukakan ialah kekerapan menggunakan internet, jumlah jam menggunakan aplikasi dalam internet, waktu kegemaran menggunakan media sosial, bilangan rakan media sosial, bilangan akaun Twitter yang di'follow', kekerapan meng'tweet', peralatan untuk mengakses media sosial, medium mengakses media sosial, lokasi mengakses media sosial, topik sering dibincang di media sosial, sebab-sebab menggunakan media sosial, jenis produk/perkhidmatan yang dicari di media sosial, sebab tidak gemar menggunakan media sosial, tahap kepercayaan terhadap aspek media/bukan media, dan perkara yang mempengaruhi pembelian produk atau perkhidmatan. Responden juga diminta memilih watak yang sering dilakukan oleh lelaki dan wanita di TV atau internet, watak yang ingin mereka lakonkan jika diberi peluang, persepsi mereka berdasarkan beberapa paparan filem/drama yang mereka tonton, dan program TV yang memberi kepuasan tontonan kepada mereka. Kesemua pemboleh ubah diukur menggunakan skala nominal. Penganalisaan data dilakukan menggunakan statistik deskriptif.

HASIL DAPATAN

Profil Responden

Responden kajian berjumlah 2007 orang terdiri daripada 963 (48.0%) responden lelaki dan 1044 (52.0%) responden perempuan. Majoriti responden berada dalam kategori umur 15 hingga 20 tahun dan 21 hingga 25 tahun. Sebagaimana diketahui, ini merupakan peringkat umur belia paling aktif berbanding kategori umur 26 hingga 30 tahun dan 31 hingga 40 tahun.

Majoriti responden merupakan etnik Melayu (49.7%) diikuti oleh etnik Cina (19.2%), India (12.1%), Bumiputera Sarawak (11.5%), Bumiputera Sabah (5.6%) dan Lain-lain (1.9%). Etnik Bumiputera Sarawak dan Etnik Bumiputera Sabah terdiri daripada beberapa etnik iaitu Iban, Melanau, Kayan dan Kenyah di Sarawak manakala Rungus, Melayu, Bugis, dan Sungai di Sabah. Lebih separuh daripada responden adalah beragama Islam diikuti oleh responden beragama Kristian, Buddha dan Hindu. Daripada 25 responden yang menganut agama lain, dua adalah Roman Khatolik, empat Sikh manakala selebihnya tidak mempunyai agama.

Majoriti responden memiliki Sijil Pelajaran Malaysia atau setaraf. Ini diikuti oleh pemegang Diploma, Ijazah Sarjana Muda dan Penilaian Menengah Rendah atau setaraf. Terdapat juga kategori pendidikan lebih tinggi yang lain tetapi dalam kuantiti yang kecil. Kebanyakan responden bersekolah rendah di sekolah kebangsaan (73.9%) manakala selebihnya adalah di sekolah jenis kebangsaan Cina dan sekolah jenis kebangsaan Tamil. Terdapat seramai 16 responden yang tidak bersekolah seperti dinyatakan dalam kategori lain-lain. Majoriti responden bersekolah di sekolah menengah aliran biasa. Terdapat juga responden dari aliran sekolah agama, persendirian dan teknik/vokasional.

Sebanyak 56% responden tinggal dalam kawasan bandar iaitu 43% bandar dan 13% bandaraya. Manakala 22% tinggal di kawasan Pekan dan 12% tinggal di pinggir bandar. Walaupun majoriti responden tinggal di kawasan bandar tetapi mereka tinggal di rumah jenis kampung, teres satu tingkat, teres dua tingkat dan pangsa. Bagi kategori lain-lain, terdapat responden tinggal di asrama pekerja, flat

dan rumah panjang (di Sarawak). Lebih separuh daripada mereka belum berkahwin (73%), manakala selebihnya sudah berkahwin (26%) dan telah berpisah (1%).

Pola Tontonan TV

Purata Tontonan TV Sehari

Berdasarkan jumlah tontonan yang dinyatakan, penonton dalam kalangan belia di Malaysia dalam kelompok yang telah bekerja dan masih bersekolah menonton TV secara puratanya 7 jam sehari. Bagi kelompok yang hanya mengikuti rancangan kegemaran, sejumlah 6 jam tontonan sehari diperuntukkan untuk menonton rancangan kegemaran mereka.

Slot Waktu Kebiasaan Menonton TV

Slot waktu tontonan TV secara aktif bermula dari pukul 2 petang sehingga 2 pagi. Namun, slot 6 petang hingga 10 malam adalah yang paling utama digunakan untuk tontonan TV (64.6%). Waktu ini menggambarkan bahawa majoriti responden dalam kalangan mereka yang bekerja dan pelajar sekolah sedang berada di rumah atau dalam premis tempat tinggal mereka.

Bersama Siapa Menonton TV

Tontonan TV jarang dilakukan bersendirian. Tontonan bersama ahli keluarga (80.8%) dan ibu bapa (24.7%) seringkali dilakukan bersama setiap sesi tontonan. Oleh kerana itu televisyen didapati boleh menjadi media pengikat hubungan kekeluargaan dengan baik. Begitu juga bagi responden yang tinggal bersama rakan-rakan (20.8%), ini merupakan waktu utama untuk mengeratkan hubungan silaturrahim. Terdapat sebilangan kecil responden menonton secara bersendirian (3.9%).

Kategori Program TV digemari

Seperti dapatan kebanyakan kajian terdahulu, penonton TV masih memilih filem (79.1%), drama (62.9%) dan hiburan (55.7%) sebagai program utama untuk ditonton. Ini menunjukkan kecenderungan tontonan masih berorientasikan rancangan hiburan, realiti kehidupan dan santai. Program berita (46.9%) dan sukan (40.9%) menjadi pilihan seterusnya bagi menggambarkan wujud keinginan untuk mengetahui perkara yang berlaku di sekeliling mereka dan minat terhadap sukan masih menebal. Bagi tontonan program TV melalui media dalam talian, majoriti responden menggunakan *YouTube* untuk menonton rancangan kegemaran mereka (42%), *Tonton* (15%), *Website Movie* (13%) dan web TV (3%). Beberapa laman web utama yang menjadi kegemaran belia untuk menonton movie dan drama kegemaran mereka ialah *Gengtube*, *Daily Motion*, *K Show* dan *ACG Tube*. Ini menggambarkan minat tontonan mereka masih kepada filem dan drama khususnya drama bersiri Korea.

Motif Tontonan Televisyen

Motif tontonan TV diklasifikasi berdasarkan enam motif tontonan yang dikemukakan oleh Rubin (1979-2009) iaitu Pembelajaran, Masa Lapang, Peneman, Eskapisme, Rangsangan dan Santaian. Berdasarkan dapatan kajian ini, secara khususnya majoriti responden menonton TV dengan motif untuk mempelajari sesuatu yang baharu, diikuti oleh tujuan ingin bersantai, memenuhi masa lapang, peneman, rangsangan dan eskapisme. Kesemua respon menunjukkan keseragaman pandangan pada tahap 95% kecuali rangsangan dan eskapisme.

Corak Penggunaan Media dalam Talian

Kekerapan Menggunakan Internet

Majoriti responden (60%) menggunakan internet lebih dari 4 kali sehari. Kekerapan yang tinggi ini menunjukkan bahawa mereka mempunyai keterikatan yang kuat dengan aktiviti dalam talian menerusi smartphone.

Aplikasi Media dalam Talian yang Kerap diguna

Pemilikan *smartphone* yang tinggi dan keaktifan dalam aktiviti internet yang menjadikan mereka kerap menggunakan pelbagai aplikasi media sosial. *Whatsapp* (38%), *Facebook* (22%), *Wechat* (19%) merupakan antara aplikasi utama yang digunakan oleh responden dalam kajian ini. Penggunaan *YouTube* (12%) dan *Instagram* (9%) juga menjadi pilihan penting kebanyakan belia di Malaysia. Kesemua media yang digunakan ini menunjukkan kecenderungan untuk interaksi sosial, hiburan dan mengisi masa senggang mereka.

Waktu Gemar Menggunakan Media dalam Talian

Waktu rehat (68.2%) dan waktu bersendirian (60.8%) adalah waktu kegemaran belia di Malaysia untuk menggunakan media sosial. Dapatan ini berkemungkinan menunjukkan bahawa belia lebih banyak melakukan aktiviti sosial dalam talian dalam kebanyakan masa seharian mereka. Media sosial juga menjadi teman sewaktu bangun tidur (35.8%) dan sebelum melelapkan mata (48.4%).

Gajet Mengakses Media dalam Talian

Smartphone adalah gajet terpenting dan utama untuk mengakses media sosial (92%). Ini menunjukkan bahawa kuasa beli belia Malaysia terhadap gajet teknologi adalah tinggi. Kemampuan ini merupakan gambaran kepada keinginan mereka untuk kekal bersambung dengan rakan sosial dalam talian. Selain itu, media sosial masih diakses melalui komputer *notebook* (29%), desktop (20%), tablet (13%), dan Ipad (10%).

Lokasi mengakses Media Sosial

Aktiviti mengakses media sosial berlaku di mana-mana sahaja. Majoritinya di rumah (90%), restoran (53%), tempat kerja (38%), dalam kereta persendirian (35%), tempat belajar (27%) dan kenderaan awam (19.1%). Dengan keupayaan pemilikan gajet dan data, maka golongan belia kini mempunyai keupayaan kekal bersambung secara dalam talian setiap masa.

Topik Sering dibincang dalam Media Sosial

Pelbagai topik dibincangkan dalam media sosial. Antara topik utama yang dinyatakan oleh responden ialah isu semasa, politik, pelajaran, gosip, kerja, hiburan dan fesyen.

Motif Menggunakan Media dalam Talian

Penggunaan media sosial lebih bermotifkan kepada membina hubungan. Disebabkan matlamat tersebut, majoriti responden sering berkongsi foto dan video (74%), bertautan bersama keluarga dan rakan (54%), mendapatkan berita dan peristiwa (68%) serta mencari kenalan baharu (51%). Selain itu, ia turut diguna untuk aktiviti hiburan (46%), mencari maklumat keagamaan (33%), urusan kerja (32%), bermain permainan online (31%), mencari tawaran percutian (27%), dan mengikuti jenama promosi (7%).

Impak Media dalam Mempengaruhi Pandangan dan Pemikiran Belia

Beberapa pengaruh penting penggunaan media terhadap pemikiran belia dapat difahami berdasarkan kepada sumber yang mempengaruhi kepercayaan mereka, sumber yang mempengaruhi keputusan mereka, media sebagai pengekal pandangan dan media sebagai pembentuk realiti kehidupan.

Sumber yang Mempengaruhi Kepercayaan Belia

Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa ibu, bapa dan adik beradik merupakan sumber utama yang menjadi sandaran kepercayaan mereka. Selain itu, golongan ilmunan seperti guru dan ahli agama mendapat kepercayaan penting selepas keluarga. Seterusnya, media konvensional iaitu TV dan Radio masih mendapat tempat dalam kalangan belia Malaysia diikuti oleh whatsapp, akhbar bercetak, portal berita, majalah, YouTube dan Facebook. Sumber kepercayaan lain iaitu ahli politik, penyanyi, pelakon dan juru jual semakin kurang relevan.

Jadual 1: Sumber yang Mempengaruhi Kepercayaan Belia

Sumber Kepercayaan	Min	Sisihan Piawai
Keluarga		
Ibu	9.24	1.87
Bapa	9.18	1.87
Adik Beradik	8.61	2.11
Kelompok Berpengaruh		
Guru	7.45	2.36
Rakan	6.92	2.41
Ahli agama	6.87	3.02
Media		
TV	5.64	2.43
Radio	5.40	2.48
Whatsapp	5.40	2.52
Akhbar Bercetak	5.37	2.49
Portal berita online	5.32	2.51
Majalah Bercetak	5.10	2.42
Youtube	5.09	2.52
Facebook	5.00	2.48
Kelompok Lain		
Ahli Politik	4.20	2.68
Penyanyi	4.10	2.46
Pelakon	4.09	2.44
Jurujual	3.76	2.43

Sumber Mempengaruhi Keputusan

Disebabkan oleh keluarga menjadi sumber kepercayaan penting, maka sumber ini adalah paling banyak mempengaruhi pembuatan keputusan golongan belia. Pendapat ahli keluarga sangat penting kepada mereka. Selain itu, ulasan, pandangan dan pendapat rakan-rakan juga menjadi faktor penting kepada pembuatan keputusan mereka. Terdapat golongan belia yang membentuk keputusan daripada pengalaman dan cubaan mereka sendiri. Golongan ini menunjukkan keupayaan diri yang sangat baik. Pengaruh media seringkali datang dari iklan, promosi, ulasan dalam media sosial, berita, iklan YouTube dan ulasan selebriti. Keadaan ini menunjukkan tempat, masa, ruang dan sumber media yang sering mereka gunakan dalam pembuatan keputusan mereka.

Jadual 2: Sumber yang Mempengaruhi Keputusan Belia

Sumber Mempengaruhi Keputusan	Bil	Peratus
1. Pendapat ahli keluarga	1486	74.0
2. Ulasan kawan-kawan	1390	69.3
3. Pengalaman menggunakan sendiri	1129	56.3
4. Perasaan ingin mencuba sendiri	974	48.5
5. Iklan/kandungan berbayar (TV, Radio, Akhbar)	626	31.2
6. Promosi di Pameran/Karnival Jualan	589	29.3
7. Ulasan di Media Sosial (Blog, Facebook)	567	28.2
8. Artikel berita/rencana (TV, Radio, Akhbar)	500	24.9
9. Iklan di <i>YouTube</i>	359	17.9
10. Ulasan Selebriti	273	13.6

Media Mengekal Pandangan Stereotaip

Media didapati menjadi sumber pengekal pandangan stereotaip mereka terhadap kehidupan sebenar. Pandangan mereka mengenai kerjaya utama yang mereka tonton di TV dan media dalam talian menunjukkan bahawa kelompok lelaki masih disinonimkan dengan kerjaya utama dan profesional seperti doktor, peguam dan arkitek. Lelaki juga dilihat sesuai dengan kerjaya mencabar seperti polis, ahli perniagaan dan juruterbang. Lelaki juga turut dianggap sebagai golongan biasa ditonton sebagai perompak, pembunuh dan pengemis. Ini menunjukkan bahawa paparan menerusi TV dan media dalam talian menjadi petunjuk kepada pengekal pandangan mereka mengenai realiti kehidupan di luar media. Perempuan ditanggap sesuai dalam kerjaya sebagai penyanyi dan pelakon. Ini menunjukkan bahawa penonton mahukan kecantikan dan keindahan dalam hiburan berteraskan kecantikan wanita. Namun pandangan ini turut meningkat berdasarkan apa yang mereka perhatikan melalui media bahawa golongan wanita telah diangkat dalam kerjaya utama seperti doktor selain banyak terlibat dalam industri hiburan sebagai penyanyi dan pelakon.

Jadual 3: Media Mengekal Pandangan Stereotaip Belia

Kerjaya Utama	Lelaki		Perempuan		Lelaki/Perempuan	
	Bil	%	Bil	%	Bil	%
1. Doktor	986	49.1	845	42.1	121	6.03
2. Peguam	1149	57.2	706	35.2	77	3.84
3. Arkitek	1643	81.9	228	11.4	49	2.44
4. Polis	1621	80.8	205	10.2	79	3.94
5. Ahli Perniagaan	1453	72.4	393	19.6	104	5.18
6. Juruterbang	1788	89.1	117	5.8	41	2.04
7. Penyanyi	398	19.8	1364	68.0	198	9.87
8. Pelakon	448	22.3	1299	64.7	215	10.71
9. Perompak	1765	87.9	133	6.6	42	2.09
10. Pembunuh	1767	88.0	132	6.6	39	1.94
11. Pengemis	1522	75.8	328	16.3	85	4.24

Media Membentuk Realiti Pemikiran Stereotaip

Suatu dapatan menarik ialah, media telah membentuk dan mengekal realiti pemikiran yang stereotaip. Golongan belia masih menyanjung watak Adiwira. Oleh kerana paparan filem yang menonjolkan Adiwira sebagai penyelamat dunia tetap dianggap sebagai pembela dan tidak bersalah

walaupun mendatangkan kerosakan. Wanita juga masih dianggap punca permasalahan dalam banyak situasi masyarakat. Keindahan percintaan mesti berakhir dengan perkahwinan. Golongan miskin dianggap golongan yang tidak mampu bersaing manakala golongan kaya akan terus kaya dan kekal dalam keangkuhan kekayaan tersebut. Walaupun ibu bapa masih dan terus dihormati, tetapi wujud kecenderungan untuk tidak menghormati pandangan orang tua sekiranya ia tidak dianggap rasional pada pandangan golongan belia. Program media masih dianggap menepati konteks agama dan mesej yang disampaikan adalah difahami.

Jadual 4: Media Membentuk Realiti Pemikiran Stereotaip

Pernyataan	Ya		Tidak	
	Bil	%	Bil	%
1. Adiwira tidak bersalah walaupun sebabkan pelbagai kerosakan	1141	56.9	862	42.9
2. Wanita adalah punca perselisihan/pergaduhan	1231	61.3	772	38.5
3. Penjahat sepatutnya mati bukannya dihukum	1046	52.1	959	47.8
4. Percintaan mesti berakhir dengan perkahwinan	1162	57.9	842	42.0
5. Orang miskin tetap miskin	1280	63.8	723	36.0
6. Orang kaya mesti angkuh dan sombong	1036	51.6	968	48.2
7. Penjahat perlu dimaafkan jika insaf	1585	79.0	419	20.9
8. Orang kaya adalah orang yang berjaya	1216	60.6	787	39.2
9. Tidak perlu patuh kepada orang tua dalam hal tidak rasional	888	44.2	1115	55.6
10. Mesej cerita bercanggah dengan agama	884	44.0	1120	55.8
11. Saya tidak faham dengan mesej yang hendak disampaikan	922	45.9	1081	53.9

PERBINCANGAN DAN RUMUSAN

Belia Malaysia mempunyai tabiat menonton yang tinggi. Waktu tontonan TV dan media dalam talian dilakukan hampir setiap masa sekiranya wujud waktu terluang. Belia di Malaysia menunjukkan kecenderungan menonton rancangan hiburan yang ringan, mendatangkan keseronokan segera dan tidak perlu menggunakan pemikiran kritis. Keadaan ini menggambarkan bahawa media dipilih sebagai sumber berehat dan bersantai. Tontonan TV masih berorientasikan hiburan yang diperolehi daripada filem, drama dan rancangan muzikal. Program bermaklumat hanya diperlukan apabila wujud isu yang memerlukan perhatian. Keperluan kepada program bermaklumat berkemungkinan disebabkan oleh keinginan golongan belia untuk mempelajari bagaimana sesuatu tingkah laku yang dipaparkan itu berlaku. Ia boleh menjadi ikutan atau taktikal baharu kepada mereka sekiranya terlibat dalam situasi yang sama. Belia juga ingin melihat tingkah laku secara praktikal. Hal ini penting kerana belia mahukan sesuatu yang jelas nampak penghasilannya.

Tontonan program di TV masih menjadi platform mengeratkan silaturrahim sesama keluarga dan rakan. Selain itu, motif tontonan TV masih berkisar kepada tujuan untuk mempelajari sesuatu yang baharu, ingin bersantai, memenuhi masa lapang, dan sebagai peneman. Belia melayari internet dengan kerap melalui smartphone. Hal ini menunjukkan keupayaan pemilikan teknologi semakin tinggi. Mereka sering menggunakan medium ini untuk interaksi melalui media sosial. Berdasarkan keaktifan penggunaan media sosial setiap hari, belia di Malaysia berkemungkinan mempunyai waktu berehat atau waktu bersendirian yang tinggi. Mereka aktif membina hubungan sosial tanpa mengira waktu.

Kepercayaan yang masih tinggi kepada keluarga menunjukkan bahawa institusi keluarga masih berperanan dan penting kepada belia di Malaysia. Golongan pendidik dan agamawan masih dihormati di samping pengaruh rakan. Media konvensional dan media dalam talian mengambil peranan seterusnya. Kelompok yang dianggap sebagai sumber kepercayaan penting belia iaitu ahli politik dan penghibur ternyata semakin kurang mendapat tempat sebagai sumber kepercayaan mereka. Majoriti belia membuat keputusan berdasarkan pandangan keluarga dan rakan. Terdapat golongan belia yang bertindak lebih berani berdasarkan pengalaman dan keinginan mencuba. Media hanya mendapat tempat seterusnya. Hal ini menjelaskan bahawa media belum dapat menguasai belia yang masih bergantung kepada sokongan keluarga.

Belia kekal menerima bahawa jawatan-jawatan profesional masih dikuasai oleh golongan lelaki berbanding wanita. Golongan penghibur pula disandarkan kepada wanita, manakala penjahat dan melarat diletakkan kepada lelaki. Kesemua ini masih kekal sama dalam kajian-kajian terdahulu (Rubin, 1979 hingga 1990). Hal ini menunjukkan penguasaan media masih kekal mempengaruhi pemikiran khalayaknya. Media juga ternyata berjaya mengekalkan pemikiran stereotaip mengenai pelbagai watak yang dipaparkan kepada penontonnya. Belia masih melihat realiti baik yang dipapar sebagai baik dan sebaliknya.

Beberapa saranan dan syor berkenaan program TV dan aktiviti media sosial yang dapat meningkatkan pembentukan positif belia adalah seperti berikut:

- 1) Program TV yang dijalankan bersama elemen hiburan perlu diperbanyak dan dipertingkatkan nilainya. Kandungan program ini perlu dibentuk berdasarkan kehendak belia tetapi diperkukuhkan dengan konsep, nilai dan adab sopan masyarakat. Paparan dan dialog dalam program TV juga perlu bersifat semulajadi dan bersahaja seperti realiti kehidupan masyarakat sebenar.
- 2) Bimbingan ibu bapa dan keluarga mengenai ilmu sosial amat penting. Generasi belia tidak sepatutnya dibiarkan menonton program TV atau menggunakan media sosial tanpa kawalan. Program bimbingan perlu diwujudkan oleh ibu bapa di rumah. Pemantauan dan khidmat nasihat semasa tontonan perlu dilakukan supaya nilai baik dan buruk disaring dengan segera. Dalam aspek penggunaan media sosial, ibu bapa perlu menjadi sebahagian jaringan rangkaian media sosial bersama anak-anak supaya aktiviti devian bersama rakan-rakan mereka yang mungkin wujud dapat dikesan dan ditangani dengan baik. Kaedah ini pasti dapat mencorak persepsi yang baik dan positif serta membentuk tingkah laku belia dalam acuan yang betul. Oleh itu, ia mesti bermula dengan pembentukan persepsi dan tingkah laku golongan dewasa iaitu ibu bapa dan pembimbing yang dipertanggungjawabkan seperti guru-guru.
- 3) Program TV dalam genre ringan yang ditayangkan perlu dimestikan membawa mesej ilmu, pedoman dan nilai positif. Semua nilai negatif yang pernah diketahui perlu dihapus tayang supaya tidak menjadi panduan dan ikutan salah kepada golongan belia.
- 4) Slot waktu tontonan antara 6 petang hingga 10 malam adalah waktu paling penting kepada belia dalam konteks tontonan TV, maka kualiti dan pemilihan program tempatan yang dapat membangunkan personaliti belia mesti ditayangkan kepada mereka.
- 5) Kandungan media dalam talian perlu diperbanyakkan supaya mereka mempunyai pilihan mendapatkan kandungan positif dan baik. Jika gagal, belia tidak seharusnya dipersalahkan jika memilih kandungan asing yang liar dan tidak sesuai dengan adat, budaya dan agama di Malaysia. Ilmu dan nilai positif kepada belia perlu diserbarluaskan pada setiap masa supaya mereka terasuh pada setiap masa dengan elemen-elemen kebaikan.

- 6) Pusat Belia Antarabangsa Malaysia dengan kerjasama Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia perlu mewujudkan klasifikasi kandungan media dalam YouTube untuk manfaat golongan belia memilih kandungan yang sesuai mengikut keperluan pembangunan belia itu sendiri. Program seumpamanya juga boleh dibuat bersama Google Malaysia.
- 7) Pusat Belia Antarabangsa dan Majlis Belia Malaysia perlu membentuk kumpulan-kumpulan pembangunan kandungan tempatan untuk belia dari kalangan belia sendiri. Ia boleh dikategorikan bersesuaian dengan umur belia di antara 15 hingga 30 tahun.

Kesimpulannya, media sememangnya berpengaruh kepada penonton tegar dan kurang mendapat sumber maklumat lain sebagai perbandingan. Dalam erti kata lain, pemikiran golongan berpendidikan rendah boleh dikuasai dengan mudah oleh media berbanding golongan berpendidikan tinggi.

RUJUKAN

- Abdullah Sulong & Mawaddah Abdullah. 2010. Pengaruh Media Elektronik Terhadap Keruntuhan Akhlak Pelajar. Pp: 1-9. (tidak diterbitkan). Dicapai dari e-prints.utm.my/10835/.
- Agong gesa rakyat waspada propaganda kumpulan militan. Astro Awani, Mac 9, 2015. Diakses di: <http://www.astroawani.com/berita-malaysia/agong-gesa-rakyat-waspada-propaganda-kumpulan-militan-55301>.
- Ana Ghoib. 16 Mac 2014. Pesta muzik tiga hari hingga 6 maut akibat dadah, biadap!. Dapatan kembali daripada malaysianreview.com/.
- Askwith, I.D. 2007. Television 2.0: Reconceptualizing TV as an engagement medium. (Master dissertation). New York University.
- Belson, W.A. 1978. Television violence and the adolescent boy. Hampshire, England: Saxon House.
- Berita Harian - Kempen 'Minggu Tidak Menonton Televisyen' patut disambut baik. Diakses di: <http://www.fomca.org.my/v2/index.php/fomca-di-pentas-media/fomca-di-pentas-media-2010/296-berita-harian-kempen-minggu-tidak-menonton-televisyen-patut-disambut-baik>.
- Blumler, J.G. 1978. Mass communication research in Europe: Some origins and prospects. *Media, Culture and Society*, 2, 367-376.
- Chan-Olmsted, S. M., & Chang, B. H. 2006. Audience knowledge, perceptions and factors affecting the adoption intent of terrestrial digital television. *New Media & Society*, 8(5), 773-800.
- Cheung, L.M., & Wong, W.S. 2011. The effects of insomnia and internet addiction on depression in Hong Kong Chinese adolescents: An exploratory cross-sectional analysis. *Journal of Sleep Research*, 20(2), 311-317.
- Comstock, G., Chaffee, S., Katzman, N., McCombs, M., & Roberts, D. 1978. *Television and Human Behavior*. NY: Columbia University Press.
- Comstock, G. & Paik, H. 1991. *Television and the American child*. San Diego, CA: Academic.
- Demo besar pro-Anwar bulan depan 7 Mac 2015, Diakses di: <http://mforum.cari.com.my/portal.php?mod=view&aid=17592>.
- Gerbner, G., & Gross, L. 1976. Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 172-194.
- Geerts, D., Cesar, P., & Bulterman, D. 2008. The implications of program genres for the design of social television systems. *Proceedings of the 1st International Conference on Designing Interactive User Experience for TV and Video*, ACM, pp. 71-80.
- Guo, M., & Chan-Olmsted, S.M. 2015. Predictor of social television viewing: How perceived program, media, and audience characteristics affect social engagement with television programming. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(2), 240-258.
- Greenberg, B. S. 1974. British children and televised violence. *American Association for Public Opinion Research*, 38(4), 531-547.

- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. 2010. *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Hair Jr, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C., & Sarstedt, M. 2014. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Hawkins, R. P. 1977. The dimensional structure of children's perception of television reality. *Communications Research*, 4, 299-320.
- Hawkins, D.L., Pepler, D.J., & Craig, W.M. 2001. *Naturalistic observations of peer interventions in bullying*. Malden MA: Blackwell Publishers Ltd.
- IS: Tiket penerbangan dan kos perjalanan pelajar dipercayai ditanggung 'bakal suami'. *Astro Awani*, Februari 19, 2015. Diakses di: <http://www.astroawani.com/berita-malaysia/tiket-penerbangan-dan-kos-perjalanan-pelajar-dipercayai-ditanggung-bakal-suami-54215?cp>
- Kaplan, A.M., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. 1970. Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 1970(30), 607-610.
- Lau, H.Y. 2015. Cultivation Effects of Television Broadcasting and Online Media. In W.W.K. Ma et al. (eds.), *New Media, Knowledge Practices and Multiliteracies*. doi 10.1007/978-981-287-209-8_2.
- Lewis, S., & Shewmaker, J. 2011. Considering age and gender: A comparative content analysis of sexualization of teen celebrity websites. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 5(12), 215-224.
- Lin, C.A. 1993. Modeling the Gratification-Seeking Process of Television Viewing. *Human Communication Research*, 20(2), 224-244.
- Lin, J., & Cho, C. 2010. Antecedents and consequences of cross-media usage: A study of a TV program's official web site. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 316-336.
- Ma, H.K. 2011. Internet addiction and antisocial internet behaviour of adolescents. *Scientific World Journal*, 11, 2187-2196.
- Moyer-Gusee, E., & Nabi, R.L. 2010. Explaining the effects of narrative in an entertainment television program: Overcoming resistance to persuasion. *Human Communication Research*, 36, 26-52.
- Paik, H., & Comstock, G. 1994. The effects of television violence on antisocial behaviour: A meta-analysis. *Communication Research*, 21(4), 516-546.
- Rubin, A.M. 1979. Television use by children and adolescent. *Human Communication Research*, 5(2), 109-120.
- Rubin, A.M. 1983. Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 27(1), 37-51.
- Rubin, A.M. 1986. Television, aging, and information seeking. *Language & Communication*, 6, 125-137.

Rubin A.M., & Perse, E.M. 1987a. Audience activity and soap opera involvement: A uses and effects investigation. *Human Communication Research*, 14, 246-268.

Rubin A.M., & Perse, E.M. 1987b. Audience activity and television news gratifications. *Communication Research*, 14, 58-84. doi: 10.1177/009365087014001004.

Rubin, A.M., Perse, E.M., & Powell, R.A. 2006. Loneliness, parasocial interaction and local television news viewing. *Human Communication Research*, 12(2), 155-180.

Rubin, A. M., & Ampuero, J. P. 2007. Aftershock asymmetry on a bimaterial interface. *Journal of Geophysical Research: Solid Earth*, doi:10.1029/2006JB004493.

Rubin, A.M. 2009. The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant, &M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 165-184). NewYork, NY: Routledge.

Spettigue, W., & Henderson, K.A. 2004. Eating disorder and the role of the social media. *Journal of The Canadian Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 13(1), 16-19.

Shrum, L.J., Lee, J., Burroughs, J.E., & Rindfleisch, A. 2011. An online process model of second-order cultivation effects: How television cultivates materialism and its consequences for life satisfaction. *Human Communication Research*, 37(1), 34-57.

Swanson, D.L. 1977. The uses and misuses of uses and gratifications. *Human Communication Research*, 3(3), 214-221.

Wan Norina Wan Hamad, Zaharah Hussin, Ahmad Fkrudin Mohamaed Yusoff, Ahmad Ariffin Sapor. 2013. Pengaruh media massa terhadap penampilan akhlak pelajar Islam Politeknik Malaysia. *The Online Journal of Islamic Education*, 1(1), 17-27.

Weisler, C. 2012. CTAM Report: Happiness, enlightenment and embracing change. Dapatan kembali daripada www.mediapost.com/

Wertham, F. 1954. *The seduction of the innocent*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Zaidi Mohamad. 15 Januari 2015. Penganjur konsert K-Pop, B1A4 mohon maaf. Dapatan kembali daripada <http://www.bharian.com.my/node/28672>