

## Kebergantungan Media Sosial Terhadap Isu *Arab Spring* Dalam Kalangan Khalayak di Malaysia

FAUZIAH AHMAD  
DAFRIZAL SAMSUDIN  
*Universiti kebangsaan Malaysia*  
zuhair@ukm.edu.my  
dzal76@gmail.com

### ABSTRAK

Kebangkitan Arab muncul lewat 2010 untuk membantah kekuasaan pemerintah authoritarian yang bermula dari Libya, Tunisia, Bahrain, Syria dan seterusnya merebak ke negara Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA), dan salah satu darinya adalah Mesir. Kebangkitan ini menular dengan pantas kerana adanya media sosial untuk menyebarkan dan mencambah setiap isu sensitif kegawatan negara Mesir. Ia juga telah menjambat beribu-ribu rakyat Mesir untuk bersatu dan keluar berdemonstrasi di jalanan untuk menyokong penyingkiran rejim pemerintahan Mubarak. Media sosial telah memberi impak terhadap pengetahuan, sikap dan tingkah laku khalayak merentasi global termasuk Malaysia. Kajian ini bertujuan melihat setakat manakah impak kebergantungan terhadap media sosial dalam kalangan khalayak Malaysia terhadap revolusi Mesir.

**Kata kunci:** Kebangkitan Arab, Mesir, media sosial, kebergantungan media, Malaysia

## Arab Spring and Media Dependency Amongst Malaysian Audience

### ABSTRACT

The rise of Arab Spring in late 2010 to deny the authoritarian government in power in late 2010 started in Libya, Tunisia, Bahrain, Syria, and spread further to Middle East and North Africa and subsequently in Egypt. Social media has helped expedite the tension and sparked further emotional digression in the already unrest Egypt. It has bridged thousands of Egyptians to march out to demonstrate in the streets to protest and to oust the current Hosni Mubarak's regime. Social media has given a huge global impact towards the behaviour, attitude and knowledge of the audience, including Malaysians. This research tries to highlight the extent Malaysian audience are dependent on social media to seek news on the Arab Spring.

**Keywords:** Arab Spring, Egypt, social media, media dependency, Malaysia

### PENGENALAN

Setelah bertahun hidup dibelenggu pemerintahan diktator, penduduk dunia Arab bangkit untuk menuntut pemerintahan demokrasi. Kebangkitan yang bermula di Tunisia ini telah merebak ke Mesir dan dunia yang Arab yang berdekatan. Seluruh dunia tertumpu pada Asia Barat untuk mendapatkan laporan berita terkini yang sahih dan tepat. Konflik Asia Barat menjadi berita utama rangkaian radio dan televisyen dan juga media baru. Khalayak berpusu-pusu mencari maklumat mengenai keadaan sebenar situasi yang melanda negeri itu, untuk berkongsi simpati, menghulur bantuan mahupun untuk mengambil iktibar atas peristiwa yang telah berlaku. Kedaan ini menggalakkan kebergantungan orang ramai

terhadap media massa sebagai sumber maklumat berkenaan, dan termasuklah media sosial. Berkaitan dengan rusuhan konflik Asia Barat, Mohd Safar Hasim et al (2013) melihat bahawa “digital media” seperti *Facebook*, *twitter* dan *You Tube* antara menjadi faktor pemangkin berlakunya kebangkitan rakyat Arab atau Arab Spring.

Keterlibatan media sosial dalam revolusi Arab Spring ialah diperkatakan bahawa media sosial sebagai saluran alternatif dominan bagi orang ramai mendapatkan dan berkongsi maklumat berkaitan keadaan Arab Spring (Aouragh 2012; Bhuiyan 2011; Harlow & Johnson 2011; Lotan et al. 2011). Sebagai contoh, semasa pergolakan di Mesir, rejim Mubarak telah mengambil tindakan menutup Internet untuk menyekat komunikasi pantas dalam kalangan aktivis dan rakyat biasa atas kesedaran rakyat bergantung pada rangkaian komunikasi untuk bergerak mendapatkan maklumat dan menyebarkan idea. Rejim Hosni Mubarak juga cuba mengambil tindakan untuk menutup biro Al-Jazeera di Mesir kerana menyebarkan pelaporan berita yang meluas dan kritis tentang pergolakan di Mesir yang tidak disenangi rejim itu. Pentingnya peranan media sosial dalam konteks *Arab Spring* juga ditegaskan oleh Russell (2011) bahawa jaringan media sosial terutama *Facebook* dan *twitter* sebagai saluran peyebaran maklumat dan rancangan bantahan di Mesir dan membantu rakyat Mesir mendapatkan simpati dan sokongan antarabangsa.

#### SOROTAN EMPIRIKAL ISU KEBERGANTUNGAN MEDIA

Di Malaysia, trend penggunaan media sosial cukup signifikan. Apatah lagi, rakyat Malaysia berbilang kaum iaitu terdiri daripada Malayu dan Bumiputra 61.9%, China 22.6%, India 6.7%, dan lain-lain 0.7% ([www.statistics.gov.my](http://www.statistics.gov.my)). Kembali kepada isu penggunaan media sosial, sebagai contoh, mengikut Kemp (2012), jaringan sosial pada umumnya sangat popular di Malaysia, hampir daripada separuh populasi memiliki akaun Facebook. Tambah Kemp, dari 233 rakyat Malaysia, purata memiliki akaun Facebook 80% lebih tinggi daripada benchmark global. Lebih dari 40% pengguna internet memiliki akses TV dan kandungan movie melalui saluran internet. Terdapat 80% pengguna laman web Malaysia berupa tayangan *video stream online*. Manakala Wong Fei Mun et al. (2011) melakukan survey ke atas 500 remaja Malaysia berumur 18-35 tahun ke atas penggunaan jejaring laman sosial (*social network sites*), mereka mendapati purata dominan 28.11% mereka menghabiskan masa lebih 3 jam sehari dengan jejaring laman sosial, 24.20% antara 1 dan 2 jam sehari, 14.95 % antara 10 dan 30 menit, dan hanya 5.16% menghabiskan masa 10 minit sehari. Fakta ini menunjukkan rakyat Malaysia telah menjadikan media sosial atau jejaring laman sosial sebagai bahagian daripada aktiviti kehidupan keseharian mereka berkaitan mencari dan berkongsi maklumat yang mereka perlukan.

Fakta yang ditunjukkan dalam kajian Wong Fei Mun et al. (2011) dan Kemp (2012) pada asasnya mengukuhkan kajian Afendi ahmat et al. (2010) dan Safurah Abd. Jalil et al. (2010) yang mendapati tinggi tahap kekerapan rakyat Malaysia terutama di kalangan pelajar atau remaja menggunakan jejaring laman sosial untuk berinteraksi sosial setiap hari guna bersosialisasi diri dan mendapatkan maklumat yang diperlukan, hiburan, dan termasuk juga saluran pembelajaran secara informal. Dalam pada itu, Lalitha Muniandy dan Balakrinsan Muniandy (2013) turut menegaskan dalam kajiannya bahawa perkembangan media sosial di Malaysia menanjak naik. Media sosial telah merubah kebiasaan kehidupan keseharian rakyat Malaysia, khasnya dalam konteks kehidupan interaksi sosial. Media sosial juga mereka dapati telah merubah lanskap politik Malaysia menjadi lebih dinamik, kerana telah memberi ruang bagi rakyat Malaysia untuk kebebasan berpendapat.

Pasca diperkenalkan teori Sistem Kebergantungan Media oleh Ball-Rokeach dan DeFleur (1976), maka semenjak itu pula teori tersebut ramai menjadi perbincangan dalam kalangan pakar dan tidak sedikit pula di antara mereka menggunakannya dalam membuat penyelidikan. Antara lain, Kajian Grant et al. (1991) menggunakan teori sistem kebergantungan media mengkaji fenomena kandungan membeli belah dalam televisyen (television shopping). Survei dijalankan bagi melihat tahap kebergantungan televisyen, interaksi para sosial, pemboleh ubah demografi, dan tingkah laku pembeli. Secara umum, penyelidik mendapati bahawa kebergantungan terhadap genera program televisyen merupakan pusat peranan dalam menentukan pola hubungan antara pemboleh ubah.

Whaley dan Tucker (2004) mengkaji peranan media sebagai sumber maklumat keselamatan makanan. Tumpuan tujuan kajian ini ialah menyelidiki tahap sistem kebergantungan media bagi menilai tahap sumber kepercayaan dan menerima faktor-faktor penerimaan makanan yang mempengaruhi kebergantungan. Data survei email didapati daripada 4,014 warga Ohio. Kajian mendapati media tradisional iaitu televisyen dan akhbar merupakan media yang paling membantu di kalangan responden. Peringkat sederhana penerimaan risiko didapati pada item jenis makanan yang selamat. Pestisid residu makanan dan air yang tercemar menunjukkan penerimaan yang paling berisiko. Mengikut hasil regresi, kajian ini menunjukkan bahawa kepercayaan terhadap pemerintah dan pakar menjadi sumber peramal yang paling baik kebergantungan media. Implikasi kajian ini pula mendapati juru komunikasi makanan sihat dan komunikasi kewartawanan dengan risiko khalayak tentang penyediaan keselamatan makanan.

Beaudoin (2007) mengkaji kesan kempen fasa pemulihan bencana alam badai Katrina. Menerusi survei telefon di New Orleans 2006, dengan menguji keyakinan keselamatan dengan tingkah laku keselamatan sebagai pemboleh ubah bebas. Perhatian terhadap berita dan pendedahan kempen media mempengaruhi tingkah laku keselamatan. Kesan pemerhatian media bersela rasan, sementara bagi khalayak yang terdedah dengan kempen media hanya duduk bersila. Sebaliknya, sama ada pemerhatian berita dan kempen media tidak mempengaruhi keyakinan keselamatan, yang mana menjadi atribut kesan maksimum daripada ukuran keyakinan. Bagaimanapun, keyakinan keselamatan sungguh membawa kesan tingkah laku duduk bersila.

Kajian Sora Park (2011) berkaitan dengan kebergantungan kanak-kanak terhadap internet dengan memberi tekanan kepada masa yang dihabiskan untuk melayari internet, penggunaan internet, dan penglibatan aktif ibu bapa dan jenis interaksi dengan ibu bapa. Kajian ini mendapati bahawa kanak-kanak yang beraktiviti bersama dengan ibu bapa mereka di luaran didapati kurang bergantung kepada Internet. Manakala, kanak-kanak yang beraktiviti di rumah lebih banyak menghabiskan masa dengan melayari internet samaada secara sendirian mahupun bersama ibu bapa. Dari beberapa pelbagai tumpuan kajian lepas yang dipaparkan sebelumnya berkaitan dengan penggunaan teori sistem kebergantungan media menunjukkan teori tersebut sentiasa relevan digunakan untuk mengkaji kesan kandungan isu media terhadap khalayak.

#### TUJUAN KAJIAN

Secara umum kajian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena kebergantungan khalayak terhadap media sosial dalam isu Arab Spring. Selain itu, kajian ini juga bermaksud untuk mengetahui peranan media sosial dalam kalangan khalayak di Malaysia terhadap media sosial dalam isu Arab Spring di Mesir. Selain itu, kajian ini memiliki lima objektif utama iaitu;

- i. Mengenal pasti kekerapan penggunaan media sosial di kalangan khalayak di Malaysia.
- ii. Mengenal pasti motif penggunaan media sosial di kalangan khalayak di Malaysia.
- iii. Mengenal pasti perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab spring di kalangan khalayak di Malaysia dalam isu Arab spring.
- iv. Mengenal pasti hubungan antara kebergantungan media sosial, pengetahuan, afektif dan tingkah laku di kalangan khalayak di Malaysia dalam isu Arab spring.
- v. Mengenal pasti pengaruh kebergantungan media sosial terhadap pengetahuan, afektif dan tingkah laku di kalangan khalayak di Malaysia dalam isu Arab spring.

#### TEORI KEBERGANTUNGAN MEDIA

Munculnya gagasan idea tentang teori Sistem Kebergantungan Media pada tahun 1970-an berpunca daripada perbincangan isu keberkesanan komunikasi dalam komuniti masyarakat urban oleh Ball-Rokeach dan DeFleur (1976). Sehubungan dengan itu, Ball-Rokeach dan DeFleur (1976:3) memunculkan soalan penting iaitu "*Do mass communications have widespread effects on individuals and society or do they have relatively little influence?*" Dalam konteks ini, merujuk kepada aliran sosiologi klasik, Ball-Rokeach dan DeFleur melihat media massa sebagai satu sistem maklumat yang menyumbang kepada proses-proses penjagaan, perubahan dan konflik dalam masyarakat. Oleh itu, perubahan yang berlaku dari aspek kognitif, afektif dan tingkah laku daripada realiti sosial masyarakat dibawa oleh maklumat komunikasi massa. Andaian asas teori kebergantungan dikemukakan oleh Ball-Rokeach & DeFleur (1976) bahawa potensi pesan media massa untuk mencapai besarnya kesan kognitif, afektif, dan tingkah laku akan meningkat apabila sistem media menyediakan banyaknya keunikan dan tumpuan fungsi maklumat. Potensi tersebut akan bertambah besar apabila terdapat tingginya tahap struktur ketidakstabilan dalam masyarakat didorong oleh konflik dan perubahan.

Teori kebergantungan media menggariskan bahawa keberkesanan komunikasi ialah berteraskan kepada prinsip saling berhubungan antara khalayak, media dan masyarakat (Ball-Rokeach & DeFleur 1976; Ball-Rokeach, 1985; Ball-Rokeach et al, 1984; DeFleur & Ball-Rokeach, 1989). Dalam pada itu, Ball-Rokeach & DeFleur (1976:8) lebih jauh mendedahkan bahawa hubungan interaksi ketiga-tiga pemboleh ubah tersebut berteraskan hubungan saling timbal balik (*reciprocal relation*) iaitu bergantung kepada tiga perkara penting. Pertama, sistem sosial iaitu bergantung pada keadaan tahap kestabilan struktur sosial. Kedua, sistem media iaitu bergantung kepada sejauh mana maklumat media massa berfungsi sebagai pusat sumber utama maklumat. Ketiga, khalayak iaitu bergantung pada sejauh mana tahap kebergantungan individu terhadap media massa sebagai sumber utama maklumat. Daripada interaksi ketiga-tiga pemboleh ubah tersebut menimbulkan kesan komunikasi dalam tiga tahap iaitu kognitif, afektif dan tingkah laku. Pendek kata, Samsudin A. Rahim (2003) merumuskan bahawa apa yang ditekankan model kebergantungan media ialah kesan media terhadap khalayak bergantung pada situasi berlakunya interaksi antara tiga pemboleh ubah utama yang menentukan kesan terhadap khalayak.

#### METODOLOGI

##### *Survey dan Pengumpulan Data*

Kajian ini menggunakan kaedah survei sebagai salah satu kaedah pengumpulan data kajian. Ini memandangkan menepati objektif kajian yang mahu dicapai. Menurut Babbie (2007), kaedah survei merupakan satu teknik pengumpulan data apabila terdapat besarnya populasi

sebuah kajian. Selanjutnya, Chua (2006) pula berpendapat bahawa kaedah survei kerap digunakan bagi kajian media massa seperti majalah, akhbar dan televisyen bagi mendapatkan pandangan orang terhadap isu semasa. Sehubungan dengan itu, kajian ini menggunakan kaedah survei sebagai salah satu teknik pengumpulan data kajian yang bersesuaian untuk mencapai objektif kajian yang ditentukan.

Survei dijalankan ke atas 200 orang responden (khalayak) lelaki dan perempuan daripada pelbagai kaum berumur antara 19 hingga 45 tahun yang tinggal di sekitar Lembah Klang. Data kuantitatif yang diperolehi daripada hasil data survei dianalisis melalui perisian SPSS sesuai keperluan kajian. Pemilihan responden dijalankan pensapelan secara kebetulan (*Accidental* atau *Convenience sampling*). Dimana pengkaji memilih mana-mana subjek kajian yang ditemuinya, yang paling dekat dengannya (Chua 2006). Dalam hal ini, pengkaji mengedarkan soal selidik kepada seramai 200 responden yang diperlukan iaitu lelaki dan perempuan daripada pelbagai kaum berumur antara 19 hingga 45 tahun yang tinggal di sekitar Lembah Klang dan terlibat aktif mengikuti isu berita rusuhan politik dan sosial di Mesir.

#### *Instrumen dan Pengukuran*

Adapun instrumen kajian ini ialah soal selidik yang dibina berteraskan maklumat awal daripada hasil sesi pelaksanaan kumpulan fokus berkaitan dengan maklumat kebergantungan media sosial di kalangan khalayak di Malaysia. Model soal selidik yang dibina terdiri daripada beberapa bahagian. Pertama, Demografi iaitu mengandungi maklumat tentang latar belakang responden seperti jantina, umur, bangsa, agama, pendidikan, sektor pekerjaan, dan kekerapan penggunaan media sosial. Kedua, Kebergantungan Media Sosial. Bahagian ini mengandungi kenyataan-kenyataan berkisar kebergantungan media sosial di kalangan khalayak di Malaysia berkaitan maklumat tentang kebangkitan rakyat Mesir atau Arab Spring. Pada bahagian pemboleh ubah ini terdiri daripada 12 item. Keseluruhan item ini diukur dengan menggunakan tipe skala Likert 5 point (*a five-point Likert-type scale*); 1 = sangat tidak membantu, 2 = tidak membantu, 3 = sederhana, 4 = membantu, 5 = sangat membantu. Ketiga, Pengetahuan maklumat Arab Spring. Bahagian ini mengandungi kenyataan-kenyataan berkisar pengetahuan/kefahaman responden mengenai maklumat Arab Spring yang berlaku di Mesir di kalangan khalayak di Malaysia. Pemboleh ubah ini terdiri daripada 11 item kenyataan. Keseluruhan item ini diukur dengan menggunakan skala binari iaitu jawapan "ya" = 2 dan "tidak" = 1. Keempat, Afektif (luahan emosi) maklumat Arab Spring. Bahagian ini mengandungi kenyataan-kenyataan berkisar aspek afektif responden terhadap maklumat Arab Spring yang berlaku di Mesir di kalangan khalayak di Malaysia. Pemboleh ubah ini terdiri daripada 15 item kenyataan. Keseluruhan item ini diukur dengan menggunakan tipe skala Likert 5 point (*a five-point Likert-type scale*); 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = berkecuali, 4 = setuju, 5 = sangat setuju. Kelima, Tingkah laku. Bahagian ini mengandungi kenyataan-kenyataan berkisar aspek tingkah laku responden terhadap maklumat Arab Spring yang berlaku di Mesir di kalangan khalayak di Malaysia. Pemboleh ubah ini terdiri daripada 13 item kenyataan. Keseluruhan item ini diukur dengan menggunakan tipe skala Likert 5 point (*a five-point Likert-type scale*); 1 = tidak pernah, 2 = jarang, 3 = kadang-kadang, 4 = kerap, 5 = sangat kerap.

Dalam kajian ini, ujian rintis (*pilot test*) telah dijalankan ke atas 30 responden iaitu bagi mengetahui kebolehpercayaan instrumen kajian iaitu berupa ujian Cronbach's Alpha

( $\alpha$ ). Hasil ujian rintis bagi setiap kategori menunjukkan hasil kebolehppercayaan yang tinggi dengan nilai  $\alpha$  berada dalam rentang .65 hingga .95 (Chua 2006), iaitu secara rinci terdiri daripada pemboleh ubah; kebergantungan media sosial sebanyak 12 item dengan nilai  $\alpha = .94$ , pengetahuan Arab Spring sebanyak 11 item dengan nilai  $\alpha = .71$ , afektif (luahan emosi responden) terhadap pendedahan maklumat Arab Spring sebanyak 15 item dengan nilai  $\alpha = .73$ , dan tingkah laku iaitu tindakan responden apabila terdedah dengan maklumat Arab Spring sebanyak 13 item dengan nilai  $\alpha = .90$ .

*Latar Belakang Responden*

Dalam kajian ini, latar belakang responden kajian ialah terdiri daripada jantina, bangsa, agama, pendidikan tertinggi, sektor pekerjaan, dan penggunaan media sosial seperti dalam Jadual 1 di bawah.

Jadual 1 Latar Belakang Responden

Demografi	Kekerapan	
	N	%
<b>Jantina</b>		
Lelaki	94	47.0
Perempuan	106	53.0
<b>Bangsa</b>		
Melayu	95	47.5
Cina	59	29.5
India	40	20.0
Bumi putera	6	3.0
<b>Agama</b>		
Islam	99	49.5
Budha	46	23.0
Hindu	40	20.0
Kristian	15	7.5
<b>Pendidikan tertinggi</b>		
SPM/SPMV	25	12.5
STPM/Diploma	54	27.0
Sarjana muda	96	48.0
Sarjana/PhD	25	12.5
<b>Sektor Pekerjaan</b>		
Kerajaan	52	26.0
Swasta	40	20.0
Bekerja sendiri	9	4.5
Pelajar	84	42.0
Tidak bekerja	15	7.5
<b>Penggunaan media sosial</b>		
1-2 Jam sehari	66	33.0
3-4 Jam sehari	71	35.5
5-6 Jam sehari	27	13.5
Lebih 6 Jam sehari	36	18.0

Jadual 1 memaparkan kekerapan taburan responden mengikut status jantina iaitu yang terdiri daripada 47.0% (94 lelaki) dan 53.0% (106 perempuan). Dari segi taburan bilangan bangsa responden terdiri daripada 47.5% (95 Melayu), 29.5% (59 Cina), 20.0% (40 India) dan 3.0% (6 Bumiputera). Dari segi taburan agama responden yang terdiri daripada 49.5% (99 Islam), 46 Buddha (23.0%), 20.0% (40 Hindu), dan 7.5% (15 Kristian). Dari segi pendidikan tertinggi, menunjukkan bahawa pendidikan tertinggi responden secara berurutan terdiri daripada 48.0% (96 sarjana muda), 27.0% (54 STPM/Diploma), 12.5 % (25 SPM/SPMV) dan 12.5% (25 sarjana/PhD). Dari segi sektor pekerjaan memperlihatkan bahawa sektor pekerjaan responden terdiri daripada pelajar 84 (42.0%), kerajaan 52 (26.0%), swasta 40 (20.0%), tidak bekerja 15(7.5%) dan bekerja sendiri 9 (4.5%). Dari segi penggunaan media sosial, jadual memperlihatkan bahawa kekerapan penggunaan media sosial responden terdiri daripada 3-4 jam sehari 35.5% (71 responden), 1-2 jam sehari 33.0% (66 responden), and lebih 6 jam sehari 18.0% (36 responden) dan 5-6 jam sehari 13.5% (27 responden).

#### ANALISIS HASIL KAJIAN

##### *Penggunaan Jenis Media Sosial*

Bahagian ini memaparkan analisis statistik deskriptif hasil kajian berkenaan dengan taburan min kekerapan jenis penggunaan media sosial di kalangan responden kajian. Lihat Jadual 2 di bawah.

Jadual 2 Taburan min kekerapan penggunaan jenis media sosial

<b>Media Sosial</b>	<b>Min*</b>	<b>SP</b>
Email	3.40	1.248
Face book	3.64	1.228
Friendster	1.26	.698
Instagram	1.55	1.120
Skype	1.54	.966
Twitter	1.73	1.172
Website (laman blog)	2.40	1.345
WhatsApp	4.09	1.233
Yahoo Messenger	1.90	1.335
YouTube	3.33	1.291

\*min 1 - 5

Dengan menggunakan uji deskriptif, Jadual 3 menunjukkan bahawa *WhatsApp* memiliki nilai min yang paling tinggi (min=4.09) sebagai jenis media sosial sangat kerap digunakan responden, seterusnya tiga jenis media sosial lainnya yang juga kerap digunakan responden iaitu *Face book* (min=3.64), *Email* (min=3.40), dan *YouTube* (min=3.33). Manakala, *Friendster* memiliki nilai min yang paling rendah (min=1.26) atau sebagai jenis media sosial yang sangat tidak kerap digunakan responden.

##### *Motif Penggunaan Media Sosial*

Selanjutnya, kajian ini juga memaparkan analisis statistik deskriptif berkenaan dengan taburan mim motif penggunaan media sosial di kalangan responden kajian seperti pada Jadual 3 di bawah.

Jadual 3 Taburan min motif penggunaan media sosial responden

Kenyataan	Min	SP
Hiburan	3.47	1.177
Kebiasaan belaka	3.35	1.214
Mencari maklumat	4.05	1.072
Interaksi sosial	3.70	1.090
Mengelakkan diri (escape)	2.21	1.189
Mengawal persekitaran	2.39	1.181
Mengatasi kejenuhan	2.77	1.182
Berjimat kewangan	2.99	1.252
Kemudahan	3.68	1.164
Mengawal masa	3.04	1.215

Dengan menggunakan uji deskriptif, Jadual 5.3 di atas menunjukkan bahawa motif penggunaan media sosial iaitu mencari maklumat memiliki nilai min yang paling tinggi (min=4.05) sebagai motif penggunaan media sosial sangat kerap bagi responden dalam sehari. Seterusnya empat motif penggunaan media sosial lain yang juga kerap bagi responden iaitu interaksi sosial (min=3.70), kemudahan (min=3.68), hiburan (min=3.47), kebiasaan belaka (min=3.35) dan mengawal masa (min=3.04). Manakala, mengelakkan diri memiliki nilai min yang paling rendah (min=2.21). Selain itu, terdapat juga motif penggunaan media sosial lainnya bagi responden iaitu berjimat kewangan (min=2.99), Mengatasi kejenuhan (min=2.77) dan (min=2.39).

*Perbezaan Kebergantungan Media Sosial Terhadap Isu Arab Spring*

*Jantina*

Analisis statistik inferensi menggunakan ujian t untuk mengetahui perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab spring mengikut latar belakang responden, seperti dalam Jadual 4 di bawah.

Jadual 4 Ujian t kebergantungan media sosial terhadap isu Arab Spring mengikut jantina

Jantina	N	Min	SP	t	dk	P
Lelaki	94	64.8050	18.62645	-.816	198	.415
Perempuan	106	66.9969	19.23046			

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

Dengan menggunakan ujian t dalam Jadual 5, memperlihatkan bahawa tidak terdapat perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring antara responden lelaki dengan perempuan di mana nilai  $t_{(198)} = -.816, p > 0.05$ .

*Bangsa*

Menerusi Jadual 5, dengan menggunakan ujian ANOVA sehala, menunjukkan bahawa terdapat perbezaan signifikan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut bangsa di mana nilai  $F_{(3,196)} = 10.398, p < 0.05$ .



Jadual 5 Perbezaan kebergantungan media sosial mengikut bangsa

	JKD	dk	MKD	F	p
Antara Kumpulan	9794.076	3	3264.692	10.398	.000
Dalam Kumpulan	61541.257	196	313.986		
Jumlah	71335.333	199			

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

Selanjutnya ujian post-hoc Scheffe dijalankan bagi mengenal pasti perbezaan skor min antara kumpulan bangsa.

Jadual 5 Ujian post-hoc Scheffe perbezaan kebergantungan media sosial mengikut bangsa.

Bangsa	N	Min	Melayu	Cina	India	Bumiputera
Melayu	95	71.6316	-	.000	.777	.882
Cina	59	55.4237		-	.008	.620
India	40	68.1250			-	.991
Bumiputera	6	65.5556				-

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

Hasil ujian post-hoc Scheffe dalam Jadual 5 menunjukkan bahawa terdapat perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut bangsa iaitu antara Melayu dengan Cina dengan ( $p = .000$ ,  $p < 0.05$ .) dan antara Cina dengan India di mana nilai ( $p = .008$ ,  $p < 0.05$ .). Namun tidak terdapat perbezaan antara Melayu dengan India ( $p = .777$ ,  $p > 0.05$ .), Melayu dengan Bumiputera ( $p = .882$ ,  $p > 0.05$ .), Cina dengan Bumiputera ( $p = .620$ ,  $p > 0.05$ .) dan India dengan Bumiputera ( $p = .991$ ,  $p > 0.05$ .).

#### Agama

Menerusi Jadual 6 dengan menggunakan ujian ANOVA sehala, menunjukkan bahawa terdapat perbezaan signifikan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut agama di mana nilai  $F_{(3,196)} = 9.864$ ,  $p < 0.05$ .

Jadual 6 Hasil ujian Anova terhadap perbezaan kebergantungan media sosial mengikut agama

	JKD	dk	MKD	F	p
Antara Kumpulan	9357.720	3	3119.240	9.864	.000
Dalam Kumpulan	61977.613	196	316.212		
Jumlah	71335.333	199			

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

Selanjutnya ujian post-hoc Scheffe dijalankan bagi mengenal pasti perbezaan skor min antara kumpulan agama. Hasil ujian post-hoc Scheffe dalam Jadual 6 menunjukkan bahawa terdapat perbezaan signifikan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut agama iaitu antara Islam dengan Buddha dengan ( $p = .000$ ,  $p < 0.05$ .) dan antara Buddha dengan Hindu di mana nilai ( $p = .025$ ,  $p < 0.05$ .). Namun tidak terdapat perbezaan antara Islam dengan Hindu ( $p = .526$ ,  $p > 0.05$ .), Islam dengan Kristian ( $p = .193$ ,  $p > 0.05$ .), Buddha dengan Kristian ( $p = .721$ ,  $p > 0.05$ .) dan Hindu dengan Kristian ( $p = .765$ ,  $p > 0.05$ .).

Jadual 6 ujian post-hoc Scheffe perbezaan kebergantungan media sosial mengikut agama

Agama	N	Min	Islam	Buddha	Hindu	Kristian
Islam	99	71.6498	-	.000	.526	.193
Buddha	46	54.7826		-	.025	.721
Hindu	40	66.6667			-	.765
Kristian	15	60.8889				-

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

#### Pendidikan tertinggi

Dengan menggunakan ujian ANOVA sehala Jadual 7 menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut pendidikan tertinggi di mana nilai  $F(3,196) = .986, p > 0.05$ .

Jadual 7 Perbezaan kebergantungan media sosial mengikut pendidikan tertinggi

Punca Variasi	JKD	dk	MKD	F	p
Antara Kumpulan	1061.103	3	353.701	.986	.400
Dalam Kumpulan	70274.230	196	358.542		
Jumlah	71335.333	199			

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

#### Sektor pekerjaan

Hasil analisis ujian ANOVA sehala dalam Jadual 8 menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut sektor pekerjaan di mana nilai  $F(4,195) = 1.588, p > 0.05$ .

Jadual 8 Perbezaan kebergantungan media sosial mengikut sektor pekerjaan

Punca Variasi	JKD	dk	MKD	F	p
Antara Kumpulan	2250.819	4	562.705	1.588	.179
Dalam Kumpulan	69084.515	195	354.280		
Jumlah	71335.333	199			

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

Hasil analisis ujian ANOVA sehala dalam Jadual 8 menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut sektor pekerjaan di mana nilai  $F(4,195) = 1.588, p > 0.05$ .

#### Kekerapan penggunaan media sosial

Menerusi Jadual 9 dengan menggunakan ujian ANOVA sehala, menunjukkan bahawa terdapat perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut penggunaan media sosial di mana nilai  $F(3,196) = 4.052, p < 0.05$ .

Jadual 9 Perbezaan kebergantungan media sosial penggunaan media sosial.

Punca Variasi	JKD	dk	MKD	F	p
Antara Kumpulan	4166.346	3	1388.782	4.052	.008
Dalam Kumpulan	67168.988	196	342.699		
Jumlah	71335.333	199			

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

Selanjutnya ujian post-hoc Scheffe dijalankan bagi mengenal pasti perbezaan skor min antara kumpulan penggunaan media sosial.

Jadual 9 ujian post-hoc Scheffe perbezaan kebergantungan media sosial mengikut kekerapan penggunaan media sosial

Pemboleh ubah			1-2	Jam3-4	Jam5-6	Jam> 6
	N	Min	sehari	sehari	sehari	sehari
1-2 Jam sehari	66	59.9747	-	.055	.645	.025
3-4 Jam sehari	71	68.7793		-	.887	.887
5-6 Jam sehari	27	65.4321			-	.610
> 6 Jam sehari	36	71.8056				-

\*Signifikan pada aras  $p < 0.05$

Ujian post-hoc Scheffe dalam Jadual 9 menunjukkan bahawa terdapat perbezaan signifikan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut kekerapan penggunaan media sosial iaitu antara 1-2 jam sehari dengan >6 jam sehari dengan ( $p = .025$ ,  $p < 0.05$ ). Namun tidak terdapat perbezaan kebergantungan media sosial dalam isu Arab Spring mengikut kekerapan penggunaan media sosial antara 1-2 Jam sehari dengan 3-4 jam sehari ( $p = .055$ ,  $p > 0.05$ ), 1-2 jam sehari dengan 5-6 jam sehari ( $p = .645$ ,  $p > 0.05$ ), 3-4 Jam sehari dengan 5-6 Jam sehari ( $p = .887$ ,  $p > 0.05$ ) dan 3-4 Jam sehari dengan > 6 Jam sehari ( $p = .887$ ,  $p > 0.05$ ), dan 5-6 Jam sehari dengan > 6 Jam sehari ( $p = .610$ ,  $p > 0.05$ ).

### **Analisis Hubungan antara Kebergantungan Media Sosial, Pengetahuan, Afektif dan Tingkah Laku**

Jadual 10 Analisis korelasi antara kebergantungan media sosial, pengetahuan, afektif dan tingkah laku

	Kebergantungan Media Sosial							
	Kebergantungan Media Sosial		Pengetahuan Afektif				Tingkah Laku	
	r	p	r	p	r	p	R	p
Kebergantungan 1 Media Sosial								
Pengetahuan	.237**	.001	1					
Afektif	.185**	.009	.040	.575	1			
Tingkah laku	.473**	.000	.311**	.000	.417**	.000	1	

\*\* . Signifikan pada aras 0.01

Ujian korelasi pada Jadual 10 memperlihatkan bahawa kebergantungan media sosial memiliki hubungan yang signifikan pada aras  $p < .01$  dengan Pengetahuan ( $r = .237^{**}$ ,  $p < .01$ ), afektif ( $r = .185^{**}$ ,  $p < .01$ ) dan tingkah laku ( $r = .473^{**}$ ,  $p < .01$ ). Jadual ini juga menunjukkan hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan tingkah laku ( $r = .311^{**}$ ,  $p < .01$ ), dan antara afektif dengan tingkah laku ( $r = .417^{**}$ ,  $p < .01$ ) pada aras  $p < .01$ . Jadual ini juga memperlihatkan bahawa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan afektif ( $r = .040$ ).

Jadual 11 Analisis regresi kebergantungan media sosial terhadap pengetahuan

Model	Pengetahuan			<i>p</i>
	B	$\beta$	t	
Kebergantungan Sosial	Media.175	.237	3.435	.001
R <sup>2</sup> = .056 (5.6 %) dengan F= 11.799, $p < 0.05$				

Dengan menggunakan ujian regresi, Jadual 11 menunjukkan bahawa terdapat sumbangan yang signifikan antara pemboleh ubah kebergantungan media sosial terhadap pengetahuan responden di mana  $F = 11.799$ ,  $p < 0.05$ . Ini memperlihatkan pemboleh ubah kebergantungan media sosial memberi sumbangan sebesar 5.6 % terhadap pengetahuan responden.

Jadual 12 Analisis regresi kebergantungan media sosial terhadap afektif

Model	Afektif			<i>p</i>
	B	$\beta$	t	
Kebergantungan Sosial	Media.110	.185	2.642	.009
R <sup>2</sup> = .034 (3.4%) dengan F= 6.978, $p < 0.05$				

Berdasarkan Jadual 12 ujian regresi menunjukkan bahawa terdapat sumbangan yang signifikan antara pemboleh ubah kebergantungan media sosial terhadap afektif responden di mana  $F = 6.978$ ,  $p < 0.05$ . Dalam hal ini, pemboleh ubah kebergantungan media sosial memberi sumbangan sebesar (3.4%) terhadap pengetahuan responden.

Jadual 13 Analisis regresi kebergantungan media sosial terhadap tingkah laku

Model	Tingkah laku			<i>p</i>
	B	$\beta$	t	
Kebergantungan Sosial	Media.490	.473	7.564	.000
R <sup>2</sup> = .224 (22.4%) dengan F=57.217, $p < 0.05$				

Berdasarkan analisis ujian regresi, Jadual 13 menunjukkan bahawa terdapat sumbangan yang signifikan antara pemboleh ubah kebergantungan media sosial terhadap tingkah laku responden di mana  $F = 57.217$ ,  $p < 0.05$ . Dalam hal ini, pemboleh ubah kebergantungan media sosial memberi sumbangan sebesar (22.4%) terhadap tingkah laku responden.

#### PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

Secara umum kajian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena kebergantungan media sosial, dan peranan media sosial di kalangan khalayak di Malaysia dalam isu Arab Spring di Mesir. Hasil analisis survei kajian menunjukkan bahawa khalayak media di Malaysia umumnya menghabiskan masa 3-4jam sehari bagi berinteraksi dengan media sosial terutama *WhatsApp*, *Face book*, *Email*, *Twitter* dan *YouTube* dengan motif mencari maklumat, interaksi sosial, kemudahan, hiburan, kebiasaan belaka dan mengawal masa. Hasil kajian ini selari dengan keyataan yang didapati oleh Kemp (2012), Wong Fei Mun et al. (2011), Afendi ahmat et al. (2010) dan Safurah Abd. Jalil et al. (2010) bahawa rakyat Malaysia telah menjadikan media sosial sebagai saluran interaksi sosial dengan pelbagai keperluan seperti bersosialisasi diri dan mendapatkan maklumat yang diperlukan, hiburan, dan termasuk juga saluran pembelajaran secara informal.

Sementara itu, hasil kajian juga mendedahkan bahawa terdapat perbezaan kebergantungan responden terhadap media sosial dalam isu Arab Spring iaitu dari segi bangsa, agama dan kekerapan penggunaan media sosial. Tidak terdapat perbezaan kebergantungan responden terhadap media sosial dalam isu Arab Spring juga dapat dilihat dari perspektif kategori bangsa, agama dan kekerapan penggunaan media sosial, termasuk dari segi kategori jantina, status perkahwinan, latar belakang pendidikan tertinggi, tempat tinggal, sektor pekerjaan dan pendapatan individu. Terdapat hubungan antara kebergantungan media sosial, kognitif, afektif dan tingkah laku dalam isu Arab Spring di kalangan rakyat Malaysia. Media sosial memberikan sumbangan yang amat bererti bagi khalayak di kalangan rakyat Malaysia dalam mendapatkan dan berbahagi maklumat berkaitan dengan isu Arab Spring terhadap pengetahuan, afektif dan tingkah laku responden. Kenyataa ini menunjukkan bahawa media sosial nyata memainkan peranan penting dalam mecorakkan pendapat, pengetahuan, sikap dan perilaku orang ramai di Malaysia terhadap isu-isu berkenan krisis dan revolusi di Mesir. Dengan erti kata lain, secara teoritikal bahawa hasil kajian ini menunjukkan terdapat sebuah keserasian dengan prinsip teori kebergantungan media yang menggariskan bahawa keberkesanan komunikasi selari kepada prinsip saling berhubungan antara khalayak, media dan masyarakat (Ball-Rokeach & DeFleur 1976; Ball-Rokeach, 1985), dan senada pula dengan Lalitha Muniandy dan Balakrinsan Muniandy (2013) bahawa media sosial telah merubah kebiasaan kehidupan keseharian rakyat Malaysia.

#### BIODATA

*Fauziah Ahmad* adalah pensyarah di Pusat Penyelidikan Impak Media dan Industri Kreatif, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti kebangsaan Malaysia. Bidang kajian beliau adalah budaya media kajian semantik. Email: [zuhair@ukm.edu.my](mailto:zuhair@ukm.edu.my)

*Dafrizal Samsudin* adalah graduan kelulusan kedoktoran dari Pusat Penyelidikan Impak Media dan Industri Kreatif, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti kebangsaan Malaysia. Bidang kajian beliau adalah kajian perbingkaian dalam isu kewartawanan keamanan dan peperangan. Email: [dzal76@gmail.com](mailto:dzal76@gmail.com)

#### RUJUKAN

Afendi Hamat, Mohamed Amin Embi & Haslinda Abu Hassan. (2012). The use of social Sites among Malaysian University Students. *International Education Studies*, 5(3): 56-62.

- Anas, O. 2013. The changing profile of media in the Arab States, *Global Media Journal Arabian*, 2 (1-2): 28-46.
- Aouragh, M. 2012. Social media, mediation and the Arab revolutions. *Triple C*, 10(2): 518-536.
- Ball-Rokeach & DeFleur .1976. *A dependency model of mass-media effects*. *Communication Research* 3 (1):3-20
- Ball-Rokeach, S. J. 1985. The origins of individual media system dependency: a sociological framework. *Communication Research* 12(4): 485-510.
- Beaudoin, C.E .2007. Media effects on public safety following a natural disaster: testing lagged dependent variable models. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 84 ( 4):695-712.
- Bhuiyan, I.S. 2011. Social media and Its effectiveness in the political reform movement in Egypt. *Middle East Media Educator*, 1(1): 14-20.
- Bruns, A., Highfield, T., & Burgess, J. 2013. The Arab spring and social media audiences: English and Arabic twitter users and their networks. *American Behavioral Scientist*, 57(7): 871 –898.
- Babbie, E. 2007. *The Practice of Social Research*. Edisi ke-11. USA: Thomson Wadsworth.
- Chua Yan Piaw. 2006. *Asas statistik penyelidikan: Analisis data skala ordinal dan nominal*. Kuala Lumpur: McGraw-Hill.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. 1989. *Theories of mass communication*. (5<sup>th</sup> ed.). New York: Longman.
- Grant, A. E., Guthrie, K.K., & Ball-Rokeach .1991. Television Shopping: A Media System Dependency Perspective. *Communication Research* 18 (6): 733-788.
- Harlow, S. & Johnson, T. 2011. Overthrowing the protest paradigm? How the New York Times, Global Voices and Twitter covered the Egyptian revolution, *International Journal of Communication*, 5 :1359–1374.
- Kemp, S. 2012. we are social: Social, Digital and Mobile in Malaysia. <http://wearesocial.net/blog/2012/01/social-digital-mobile-malaysia/>
- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., Pearce, I. & Boyd, D. 2011. The revolutions were tweeted: information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian Revolutions. *International Journal of Communication*, 5:1375–1405
- Mohd Safar Hasim, Siti Rugayah Hj. Tibek Zamri Arifin, Ali Salman & Aida I.M. Koni. 2013. Gender perspective on the Arab Spring. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 102: 236 – 241.
- Muniandy, L. & Muniandy, B. 2013. The Impact of social media in social and political aspects in Malaysia: An overview. *International Journal of Humanities and Social Science*, 3 (11): 71-76.
- Musgrave, P. 2012. The making of the pundit, 2010: When strong ties trump weak ones. *Features*, 265-269.
- Park, S. 2011. Effects of home environment on Internet use and dependence of children and adolescents. Association of Internet Researchers. United States, 10-13 October 2011.
- Russell, A. 2011. Extra-national information flows, social media, and the 2011 Egyptian uprising. *International Journal of Communication* 5: 1238–1247.
- Safurah AbdJalil, KhaizuranAbdJalil & Azmi Abdul Latiff. 2010. *Social media and our youths today: Exploring the impact of social media on Malaysian youths*. In: International Conference on Communications and Media, 18 - 20 June 2010 ,Bayview Hotel, Malacca .

- Samsudin A Rahim. *Komunikasi Asas*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Soengas, X. 2013. The role of the internet and social networks in the Arab Uprisings: An alternative to official press censorship. *Communicar*, 41(21): 147-155.
- Tusa,F. 2013. How social media can shape a protest movement: The cases of Egypt in 2011 and iran in 2009. *Arab Media and Society*, 17 (Winter):1-19.
- Whaley, S.R., & Tucker, M .2004. The Influence of perceived food risk and source trust on Media System Dependency. *Journal of Applied Communications* 88 (1): 9-27.
- Wong Fei Mun, Lean Mei Li & Prasana Rosaline Fernandez. 2011. Social life connects the world: Malaysian youth's usage behaviour of social network sites. *International Journal of Arts & Sciences*. 4(3):157-178.