

## Persepsi Masyarakat Malaysia Terhadap Pilihan Raya Umum Ke-15: Analisis Semantik Kognitif

*Malaysian Public Perception Of The 15<sup>th</sup> General Election: Cognitive Semantics Analysis*

Azizah

<sup>1</sup>Siti Noraini Hamzah

Program Linguistik  
Pusat Kajian Bahasa dan Linguistik,  
Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan,  
Universiti Kebangsaan Malaysia

Correspondence email: <sup>1</sup>snoraini@ukm.edu.my

### ABSTRAK

Bahasa merupakan wadah penting dalam penyampaian maklumat kepada manusia. Hal ini demikian kerana bahasa menjadi medium kepada manusia untuk menyampaikan fikiran, menzahirkan permintaan, memberi arahan, berbincang, mengajukan soalan dan sebagainya. Dalam konteks kajian ini, penumpuan diberikan kepada persepsi masyarakat berkaitan Pilihan Raya Umum ke-15 melalui aplikasi Twitter. Kajian ini berobjektifkan untuk mengenal pasti metafora yang terlibat dalam twit Pilihan Raya Umum ke-15, menghuraikan metafora yang terlibat dan memetakan metafora kepada skema imej yang berkaitan. Data dalam kajian ini diambil daripada aplikasi Twitter dengan menggunakan fungsi carian. Sebanyak 72 twit telah dianalisis untuk melihat konsep yang wujud dalam minda masyarakat Malaysia yang berkaitan dengan politik semasa Pilihan Raya Umum ke-15. Empat fasa yang berbeza diambil untuk melihat perubahan persepsi masyarakat Malaysia iaitu fasa sebelum PRU-15, fasa selepas PRU-15, fasa sebulan selepas kerajaan baru dibentuk dan fasa selepas Belanjawan 2023 dibentangkan. Kajian persepsi masyarakat ini dikaji dengan menggunakan Teori Semantik Kognitif. Hasil dapatan menunjukkan bahawa persepsi negatif lebih mendominasi berbanding persepsi positif. Twit yang berkaitan dengan kewangan pula menjadi isu utama yang dibincangkan dalam aplikasi Twitter kerana telah menyumbang kepada 31.94% daripada keseluruhan data. Kajian ini cuba untuk menggunakan teori linguistik bagi mengkaji persepsi masyarakat Malaysia secara umumnya. Secara keseluruhannya, penggunaan semantik kognitif dapat menunjukkan cara masyarakat Malaysia mengkonsepsikan sesebuah metafora berdasarkan sudut pandang politik.

**Kata kunci:** Twitter; semantik kognitif; pilihan raya; skema imej; persepsi.

## ABSTRACT

*Language is an important platform in the presentation of information to humans. This is because language is a medium for people to convey thoughts, express demands, give directions, discuss, ask questions and so on. In the context of this study, the focus is given to public perception of the 15th General Election through the Twitter app. The study is objectified to identify the metaphors involved in the 15th General Election tweet, elaborate the metaphors involved and map metaphors to the relevant image schemes. The data in this study were taken from the Twitter app by using the search function. A total of 72 tweets were analysed to see the concepts that exist in the minds of Malaysians related to the politics during the 15th General Election. Four different phases are taken to see the change of perception of the Malaysian community which is the phase before GE-15, the phase after GE-15, the phase a month after the new government, and the phase after Budget 2023 is presented. This study of societal perception is studied using Cognitive Semantic Theory. The findings shows that negative perceptions are more predominant than positive perception. Financial-related tweets are the main issue discussed in the Twitter app as they account for 31.94% of the total data. This study attempted to use linguistic theory to study the perception of Malaysian society in general. Overall, the use of cognitive semantics can show how Malaysian society conceptualizes a metaphor based on a political point of view.*

**Keywords:** *Twitter; cognitive semantics; general election; image scheme; perception*

## 1. Pengenalan

Bahasa merupakan wadah komunikasi yang paling penting dalam kehidupan manusia. Hal ini demikian kerana bahasa merupakan medium komunikasi antara manusia untuk menzahirkan permintaan, memberi arahan, berbincang, mengajukan soalan dan memberi jawapan dan sebagainya. Kemunculan media sosial sebagai medium untuk meluahkan perasaan, pendapat, idea dan maklumat kepada orang lain secara tidak langsung telah meliputi fungsi bahasa itu sendiri. Media sosial seperti Twitter, Facebook dan Instagram boleh dikatakan sebagai salah satu kemestian dalam masyarakat dunia pada hari ini untuk mempunyai akaun media sosial tersebut. Media sosial Twitter telah diperkenalkan pada Oktober 2006 (Ivy L.B Viu, Christy MK Chang & Matthew K.O Lee 2010). Fungsi Twitter seperti topik sohor kini yang menjadikan penggunaannya tidak terlepas dengan berita terkini yang hangat dalam negara. Selain itu, fungsi petik twit membolehkan pengguna memberikan idea dan pendapat tentang sesuatu isu. Twit semula dalam aplikasi Twitter membolehkan pengguna untuk menyebarkan twit daripada diri sendiri dan orang lain lebih daripada jumlah pengikut yang dimilikinya. 75 peratus daripada twit semula berlaku dalam sehari daripada twit asal seseorang pengguna dalam sehari dan kira-kira 10 peratus twit semula berlaku sebulan kemudian (Haewoon Kwak et. al 2010).

Ekoran fungsi yang ada pada Twitter membolehkan berita tersebar dengan meluas dan Twitter juga dijadikan sebagai sumber berita kedua selepas suratkhobar. Hal ini dibuktikan sejak kemunculan Twitter, aplikasi ini telah menjadi agen penyebaran berita dengan 85 peratus daripada kandungannya yang mengandungi tajuk berita semasa (Haewoon Kwak et. al 2010). Atas faktor ini juga, topik pilihan raya umum ke-15 yang berlangsung pada 19 November 2022 menjadi topik tersohor di aplikasi Twitter. Kajian ini akan menumpukan kepada persepsi netizen atau rakyat terhadap pilihan raya umum ke-15 untuk jangka masa sebelum dan selepas perantikan Perdana Menteri, Dato' Seri Anwar Ibrahim. Pelbagai persepsi yang dilontarkan oleh netizen terhadap pilihan raya umum yang berlangsung.

Kesedaran politik yang semakin tinggi dalam masyarakat membuatkan mereka mampu untuk mengeluarkan pendapat berkenaan isu semasa yang berlaku dalam negara khususnya golongan belia. Golongan belia lebih cenderung untuk mendapatkan maklumat berkenaan politik melalui media baru seperti Facebook, Twitter dan Instagram yang bersifat cepat, ringkas dan jelas (Norshahida Zulkifli et. al 2021).

Justeru, kajian ini mengetengahkan persepsi masyarakat dalam tweet-tweet yang berkaitan dengan isu politik. Semantik kognitif digunakan untuk melihat sejauh mana unsur jasariah yang dialami oleh manusia dan psikologinya dipengaruhi oleh bentuk badan (*body morphology*), sistem deria (*sensory system*), sistem motor (*motor system*), emosi manusia (Glenberg 2010 dlm. Khazriyati Salehuddin 2018). Hal ini menunjukkan pengalaman yang dialami oleh manusia dalam elemen-elemen yang disebutkan membentuk pemikiran mereka tentang sesuatu perkara. Semantik kognitif dalam hal ini mengambil kira perspektif manusia yang merupakan hasil daripada pengalaman dan pergaulan manusia sekitarnya (Norsimah Mat Awal 2003 dlm. Khazriyati Salehuddin 2018). Justeru, persepsi masyarakat sekitar tentang dunia politik adalah berdasarkan pengalaman mereka menerusi kenyataan-kenyataan yang dikeluarkan oleh ahli politik, pengalaman mereka berhadapan dengan ahli-ahli politik, tanggungjawab dan keprihatinan yang diberikan oleh ahli politik kepada rakyat di bawah tanggungjawabnya dan sebagainya. Pengalaman yang baik atau buruk yang dialami oleh rakyat menimbulkan persepsi jangka masa panjang dan seterusnya mempengaruhi tanggapan mereka kepada sesebuah parti atau individu dalam politik.

Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti metafora konsepsi yang wujud dalam tweet yang berkaitan dengan Pilihan Raya Umum ke-15. Selain itu, untuk menghuraikan tweet yang berkaitan dengan Pilihan Raya Umum ke-15 dengan menggunakan metafora konsepsi. Objektif yang ketiga adalah untuk menganalisis pemetaan gambaran persepsi masyarakat Malaysia tentang Pilihan Raya Umum ke-15 dengan menggunakan skema imej.

## **2. Tinjauan Literatur**

Kajian-kajian lepas yang berasaskan semantik kognitif dikaji dalam pelbagai kegunaan sosial seperti pendidikan kesusasteraan, sosiolinguistik, pemberitaan, politik, peribahasa dan sebagainya. Kajian-kajian lepas ini berfungsi sebagai sumber rujukan pengkaji untuk melaksanakan sesuatu kajian. Dengan kata lain, kajian-kajian lepas ini akan berperanan sebagai motivasi untuk pengkaji menjalankan sebuah kajian yang baru. Penambahbaikan yang dapat dilakukan oleh pengkaji menerusi pembacaan yang mendalam tentang kajian yang pernah dilakukan seterusnya akan dapat memberi sumbangan yang baru dalam sesuatu bidang. Hal ini akan dapat memberi sumber bahan bacaan yang lebih banyak kepada pengkaji akan datang dalam usaha memantapkan pemahaman tentang semantik kognitif dan persepsi. Antara kajian lepas adalah seperti berikut:

### **2.1 *Zulkifely Hamid dan Nirwana Sudirman (2017)***

Kajian ini menggunakan buku Kurik Kundi Merah Saga yang diterbitkan pada tahun 2013 oleh Dewan Bahasa dan Pustaka. Kaedah penganalisisan teks digunakan bagi melihat penggunaan metafora dalam 5653 buah pantun. Namun, hanya 110 buah pantun yang dipilih berdasarkan pengkategorian yang dibuat oleh Lakoff dan Johnson pada tahun (1980). Perincian tentang setiap metafora iaitu metafora orientasi, metafora ontologi dan metafora struktural. Pentafsiran emosi yang diluapkan dalam bentuk pantun dipaparkan di dalam jadual

beserta contoh pantun yang menunjukkan maksud berkenaan. Objektif terakhir kajian ini adalah untuk memetakan skema imej ke atas metafora yang telah dijelaskan dalam objektif pertama. Penggunaan semantik kognitif ini merungkai perunggu minda orang Melayu tentang kasih sayang, adat kiasan, nasihat, perantauan, jenaka, peribahasa, budi, agama, kepahlawanan dan perekonomian. Hal ini demikian kerana kajian ini mengetengahkan setiap bait unsur flora dan fauna dan makna beserta ciri-ciri yang terdapat padanya.

## **2.2 *Suziana Mat Saad, Nor Hashimah Jalaluddin & Imran Ho Abdullah (2018)***

Selain itu, terdapat juga kajian yang dijalankan oleh Suziana Mat Saad, Nor Hashimah Jalaluddin dan Imran Ho Abdullah (2018) yang bertajuk *Metafora Konseptual dan Manifestasi Linguistik dalam Bahasa Melayu dan Perancis: Satu Analisis Kognitif*. Metafora yang dikaji dalam kajian ini adalah menjurus kepada metafora yang berkonsepkan kehidupan. Kajian ini membentuk konsep tentang metafora iaitu KEHIDUPAN ADALAH PERJALANAN, KEHIDUPAN ADALAH PEPERANGAN DAN KEHIDUPAN ADALAH PERJUANGAN. Pendekatan kognitif yang diusulkan oleh Kovecses (2005) yang digunakan sebagai asas kajian ini. Tujuan kajian ini dilaksanakan adalah untuk mengkaji metafora merentas budaya dengan mengetengahkan budaya Melayu dan Perancis. Kajian ini membandingkan empat perkara iaitu bentuk kata, makna literal, makna figuratif dan metafora konsepsi.

## **2.3 *Monakaran A/L Rengasamy (2019)***

Kajian ini berlandaskan Teori Metafora Konsepsi oleh Johnson dan Lakoff pada tahun 1980. Sebanyak 30 sampel metafora yang digunakan dalam novel *Elachia Payanam*. Selain itu, kajian ini juga menggunakan data penginterpretasian daripada guru-guru bahasa Tamil sekolah menengah. Hal ini dilakukan adalah untuk memastikan hipotesis dalam kajian ini iaitu penginterpretasian dipengaruhi oleh pemahaman konteks, pemikiran dan budaya. Hasil kajian mendapati 60 peratus daripada penginterpretasian yang dilakukan oleh guru-guru bahasa Tamil adalah tepat. Penggunaan metafora adalah penting kerana metafora merupakan saluran penyampaian maklumat yang tersirat untuk menggambarkan sesuatu (Patrina 2004 dlm. Monakaran 2019). Selain itu, penggunaan metafora mampu untuk menyampaikan maklumat dengan tepat tanpa adanya unsur putar belit (Patrina 2004 dlm. Monakaran 2019).

Permasalahan yang timbul yang dijadikan sebagai isu yang perlu diselesaikan melalui kajian ini ialah guru-guru bahasa Tamil yang tidak memahami maksud denotasi. Hal ini seterusnya akan memberi impak kepada pelajar-pelajar bahasa Tamil untuk memahami bahasa kiasan. Punca kepada permasalahan ini adalah ketiadaan item soalan yang berkisarkan tentang bahasa kiasan dalam Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) bagi subjek bahasa Tamil. Kemudian kajian ini juga menganalisis jawapan-jawapan yang diberikan oleh guru. Jawapan yang diberikan oleh guru-guru ini dibahagikan kepada empat iaitu jawapan tepat, jawapan kurang tepat, jawapan langsung tidak tepat dan jawapan langsung tidak faham. Kesimpulan yang dibuat daripada kajian ini ialah kekeliruan jawapan yang diberikan oleh responden adalah disebabkan oleh mereka tidak dapat memastikan sumber sasaran. Hal ini demikian kerana kebanyakan guru-guru bahasa Tamil hanya mementingkan jalan cerita dan mengabaikan keindahan bahasa seperti metafora.

#### **2.4 Hari Kusmanto (2019)**

Kajian berkaitan politik telah dilakukan pada tahun 2019 oleh Hari Kusmanto. Tajuk kajian ini ialah Konseptualisasi Metafora Wacana Politik: Studi Semantik Kognitif. Sumber data bagi kajian ini adalah berasaskan kepada judul berita politik daripada laman web tribunews.com edisi Januari sehingga Mac 2019. Teknik bagi unsur langsung digunakan dalam kajian ini dan diperkukuhkan dengan semantik kognitif. Seperti kajian-kajian yang lain, metafora dalam kajian ini juga dibahagikan kepada tiga iaitu metafora ontologi, metafora orientasi dan metafora struktural seperti yang diusulkan oleh Lakoff (1987). Sebagai contoh dalam kajian ini pengkaji mengenal pasti tajuk berita yang menulis “Jika menang Pilpres, Prabowo Akan Menjalankan Konsep Ekonomi Gado-gado”. Metafora jenis ini diuraikan dalam metafora struktural. Gado-gado yang bermaksud sebuah makanan yang mempunyai banyak kombinasi sayur-sayuran dengan pelbagai bahan lainnya. Hal ini seterusnya membuatkan penulis berita menggunakan metafora ini bagi menggambarkan konsep ekonomi yang bersifat campuran iaitu prinsip ekonomi liberal dan prinsip ekonomi kerakyatan. Kesimpulan bagi kajian ini menunjukkan bahawa gagasan, ideologi yang dibawa oleh ahli politik dapat disampaikan dalam bentuk metafora. Hal ini seterusnya menjadikan pembacaan berita dalam kalangan pembaca lebih menarik.

#### **2.5 Hamidah Abdul Wahab, Khazriyati Salehuddin, Mohammed Azlan Mis dan Imran Ho Abdullah (2020)**

Selain itu, terdapat juga kajian yang bertajuk Eufemisme Penceraian dalam Masyarakat Melayu Sarawak: Analisis Semantik Kognitif oleh Hamidah Abdul Wahab, Khazriyati Salehuddin, Mohammed Azlan Mis dan Imran Ho Abdullah pada tahun 2020. Kajian ini dilakukan kerana terdapat masyarakat yang tidak berasa selesa untuk menjelaskan tentang isu ini. Justeru, bahasa berlapis digunakan untuk menghuraikan konsep ini. Domain hubungan suami isteri digunakan dalam kajian ini. Pengkajian tentang eufemisme penceraian ini dilakukan di dua buah kampung iaitu di Kampung Buntal dan Kampung Santubong di negeri Sarawak. Empat orang informan yang terdiri daripada dua orang lelaki dan dua orang perempuan yang berumur 40 tahun ke atas ditemu bual bagi mendapatkan data. Leksikal berkaitan eufemisme kemudiannya dianalisis dengan menggunakan skema imej, metafora konseptual, dan metonimi iaitu antara yang terdapat dalam *Idealised Cognitive Models* (ICM) oleh Johnson dan Lakoff pada tahun 1980. Skema imej bekas, laluan dan sumber-laluan-matlamat, metafora konseptual yang menunjukkan bahawa penceraian itu kehilangan, perkahwinan itu perjalanan. Konsep metonimi yang ditunjukkan dalam kajian ini seperti putus ikatan melambangkan penceraian suami isteri dan berpisah melambangkan penceraian. Semantik kognitif dipilih dalam kajian ini kerana pemaknaan dalam eufemisme adalah berkaitan dengan pengalaman dan pengetahuan masyarakat Melayu Sarawak tentang penceraian. Penganalisisan data berkaitan dengan skema imej adalah bertunjangkan kepada konsep Trajektor (TR) dan Landmark (LM), iaitu konsep asas nahu kognitif yang diusulkan oleh Langacker (1987).

Kajian-kajian lepas ini dilihat sebagai salah satu sumber rujukan dalam kajian ini. Pengkaji juga dapat menggunakan peluang ini untuk menambah baik kekurangan atau penguraian kajian-kajian lepas. Hal ini adalah supaya dapat memberi sumbangan kepada pengkajian bidang semantik khususnya. Pengkajian tentang isu semasa seperti pilihan raya umum ke-15 menggunakan semantik kognitif secara tidak langsung akan memberi gambaran tentang harapan rakyat terhadap kerajaan yang memimpin pada masa kini.

### **3. Metodologi dan Kawasan Kajian**

Bahagian ini akan menjelaskan dengan jelas berkenaan dengan reka bentuk kajian, kaedah pengumpulan dan proses penganalisan data. Prosedur untuk mendapatkan data dijelaskan dalam kajian ini. Kajian ini adalah bersifat deskriptif yang menerangkan tentang penggunaan metafora dalam tweet yang berkaitan dengan Pilihan Raya Umum ke-15. Tweet yang diambil sebagai data kajian adalah bermula dua hari sebelum Pilihan Raya Umum ke-15 iaitu bermula 17 November 2022 sehingga 26 Februari 2023. Hal ini demikian kerana kajian ini akan membincangkan tentang persepsi masyarakat sebelum, semasa dan selepas tentang Pilihan Raya Umum ke-15 yang telah mengubah parti pimpinan kerajaan. Kajian ini juga menggunakan data yang sah dan tidak diragukan dalam memastikan data yang digunakan adalah benar dan tepat. Penggunaan kaedah yang digunakan membolehkan pengkaji menganalisis hasil dapatan kajian ini.

#### **3.1 Tata Cara Pengumpulan Data**

Pada bahagian ini, pengkaji akan menerangkan dua kaedah yang digunakan bagi mendapatkan data mengenai metafora. Kaedah yang digunakan dalam kajian ini adalah dengan menggunakan kaedah analisis kandungan dan kaedah kepustakaan.

##### **3.1.1 Kaedah Analisis Kandungan**

Penelitian kajian ini adalah berbentuk kualitatif. Hal ini demikian kerana kaedah kajian yang digunakan ialah kaedah analisis kandungan melalui tweet yang dimuat naik oleh pengguna Twitter. Analisis kandungan merupakan metodologi yang bersifat formal bagi mengutip data tentang media (Krippendorff 2004 dlm. Nur Atikah Ibrahim & Maslida Yusof 2020). Penggunaan analisis kandungan dalam aplikasi Twitter membolehkan pengkaji untuk membaca semula tweet yang telah dihantar, menganalisis gambar, video, perkataan yang digunakan. Justeru, kajian ini adalah untuk meninjau persepsi golongan belia yang menggunakan media sosial untuk meluahkan pendapat mereka berkenaan parti-parti politik yang bertanding dalam Pilihan Raya Umum ke-15.

##### **3.4.2 Kaedah kepustakaan**

Kaedah kepustakaan yang digunakan dalam sesebuah kajian adalah melibatkan bahan-bahan sekunder seperti laporan-laporan, risalah, jurnal, majalah, suratkhbar serta penulisan dan penerbitan daripada pihak lain. Penggunaan kaedah ini membolehkan pengkaji untuk meneliti setiap kajian yang pernah dilakukan bagi mendapat maklumat yang lebih mendalam tentang sesebuah topik. Selain itu, kaedah ini juga membolehkan pengkaji mengenal pasti beberapa penambahbaikan yang dapat dilakukan daripada kajian-kajian lepas. Hal ini seterusnya akan menggalakkan pemikiran yang kritis dalam kalangan pengkaji ketika membincangkan tentang sesuatu bidang. Kajian ini juga menggunakan kaedah kepustakaan bagi menganalisis penggunaan bidang semantik kognitif dalam kajian-kajian sebelum ini. Terdapat pelbagai jenis buku, jurnal dan tesis yang telah menggunakan semantik kognitif sebagai asas dalam kajian mereka. Kajian mengenai metafora konsepsi juga banyak dilakukan oleh pengkaji sebelum ini. Pengkaji telah menggunakan maklumat dalam kajian-kajian lepas ini bagi mendapatkan maklumat mengenai latar belakang metafora, contoh-contoh metafora yang digariskan dalam sesebuah karya serta pengelasan setiap metafora dengan lebih jelas. Justeru, dalam kajian ini, pengkaji menggunakan Teori Metafora Konsepsi yang telah dipelopori oleh Johnson dan Lakoff pada tahun 1980.

### 3.2 Analisis Data

Proses penganalisan data menggunakan kaedah kajian kualitatif ini digunakan bagi menjawab beberapa persoalan yang terdapat dalam kajian ini. Persoalan-persoalan yang terdapat dalam kajian ini adalah seperti berikut:

JADUAL 1. Objektif Kajian

Langkah 1	Mengenal pasti metafora yang terdapat dalam Twitter berkenaan Pilihan Raya Umum ke-15.
Langkah 2	Mengkategorikan dan menghuraikan metafora kepada konsep yang terdapat dalam twit mengenai Pilihan Raya Umum ke-15:
Langkah 3	Memetakan metafora mengikut jenis skema imej

Penganalisan data dilakukan dengan menggunakan fungsi carian di Twitter bagi melihat penggunaan twit-twit yang ditulis oleh masyarakat Malaysia tentang Pilihan Raya Umum ke-15. Kata kunci seperti 'PRU15', 'GE15', 'PM10', 'isu perkauman', 'Anwar Ibrahim', 'pengundi muda', 'Undi18', 'mengundi' dan 'pengundi Tambun' digunakan untuk melihat twit-twit yang dihantar oleh netizen ke aplikasi Twitter. Seterusnya, pengkaji akan menentukan sama ada terdapat penggunaan metafora digunakan dalam twit yang ditulis dalam tempoh seperti dalam jadual 2 di bawah:

JADUAL 2. Fasa dan Tarikh Pilihan Raya Umum ke-15

FASA	TARIKH
Fasa Sebelum Pilihan Raya Umum ke-15	17-19 November 2022
Fasa Selepas Pilihan Raya Umum ke-15	20-24 November 2022
Fasa Selepas Sebulan Pelantikan Kerajaan Baru	23- 24 Disember 2022
Fasa Selepas Belanjawan 2023 Dibentangkan	23-26 Februari 2023

Jumlah twit yang mengandungi unsur metafora kemudiannya disenarai pendek oleh pengkaji. Kemudian, pengenalan tentang twit yang menggunakan metafora tersebut ditentukan sama ada terdapatnya perkaitan yang jelas antara domain sumber dengan domain sasaran. Penapisan twit yang berkaitan dilakukan semula dan pengkaji akhirnya menggunakan 30 twit untuk dianalisis dalam kajian ini.

Seterusnya, prosedur penganalisan data ini diteruskan dengan penelitian kajian-kajian lepas bagi melihat pengkategorian metafora dilakukan. Pengkaji juga merujuk buku-buku yang berkaitan dengan metafora konsepsi bagi melihat konsep-konsep tentang metafora konsepsi. Setelah itu, pengkategorian metafora dilakukan mengikut definisi dan konsep metafora yang terlibat mengikut Johnson dan Lakoff (1980). Penggunaan metonimi juga dikesan dalam kajian ini. Penentuan metonimi adalah dengan memastikan bahawa leksikal atau frasa yang ditulis dalam twit tersebut mempunyai satu domain sahaja. Dalam konteks ini, metonimi hanya mempunyai satu domain sahaja, iaitu domain sumber.

Penganalisan data diteruskan dengan pemetaan skema imej berdasarkan metafora yang telah dikenal pasti. Skema imej yang digunakan adalah berdasarkan tujuh skema imej

yang digariskan oleh Lakoff (1987). Skema imej kinestetik yang digariskan oleh Lakoff (1987) ini adalah bersifat universal. Penentuan setiap skema imej yang berkaitan dengan metafora ini adalah berdasarkan unsur-unsur persepsi yang difokuskan dalam twit yang ditulis oleh netizen. Analisis tentang skema imej dan persepsi yang dapat disimpulkan berdasarkan twit yang ditulis oleh netizen.

### 3.3 *Sumber Data Kajian*

Platform media sosial iaitu Twitter digunakan dalam kajian ini. Twitter telah mempunyai 436 juta pengguna Twitter yang aktif di seluruh dunia pada tahun 2023 (Search Logistics 2023). Pada tahun 2020, jumlah muat turun aplikasi twitter adalah sebanyak 17 juta. Hal ini menunjukkan Twitter merupakan aplikasi yang masih relevan dengan masyarakat pada zaman ini. Twitter merupakan aplikasi percuma yang digunakan oleh masyarakat umum bagi meluahkan fikiran dan idea mereka menerusi hantaran yang mengehadkan perkataan (Mistry 2011 dlm. Fiona Maclean, Derek Jones, Gail Carin-Levy & Heather Hunter 2012). Pada mulanya, Twitter telah membolehkan masyarakat umum menulis twit sebanyak 140 karakter. Namun, pada tahun 2017, Twitter telah menggandakan jumlah karakter yang boleh ditulis kepada 280 karakter. Twitter juga menawarkan fungsi ikut (*follow*) dan seterusnya pengguna akan dapat menerima twit yang ditulis oleh pengguna yang diikutinya melalui halaman utama akaun Twitter miliknya.

Twitter juga mempunyai fungsi carian (*search*). Hal ini membolehkan isu semasa dapat dicari dengan mudah melalui fungsi ini. Sekiranya seseorang individu ingin menjadikan sesuatu topik itu menjadi topik sohor kini, pengguna boleh menggunakan ‘tanda pagar’ (#) bagi memudahkan orang lain melihat perkembangan terkini tentang sesuatu perkara. Selain itu, fungsi balas (*reply*), petik twit (*quote tweet*) dan twit semula (*retweet*) seterusnya menjadikan sesebuah topik tersebut lebih mudah tersebar. Oleh itu dalam kajian ini, pengkaji mengambil sejumlah twit yang berkaitan dengan Pilihan Raya Umum ke-15 daripada 17 November 2022 sehingga 25 November 2022. Tempoh ini diambil dengan mengambil kira persepsi netizen yang menggunakan Twitter pada jangka masa sebelum, semasa dan selepas jangka masa Pilihan Raya Umum ke-15.

Pilihan Raya Umum ke-15 kali ini menunjukkan kelainan yang sangat ketara berbanding pilihan raya sebelum ini. Hal ini demikian kerana fasa sebelum pilihan raya umum telah memperlihatkan bahawa semua calon parti politik menyebarkan propaganda masing-masing bagi memastikan undian berpihak kepada mereka. Hal ini adalah benar menurut Bernard Enjolras (2014) yang menyatakan bahawa penggunaan media sosial dalam kalangan ahli politik adalah untuk membina strategi komunikasi baru dengan berhubung secara langsung dengan pengikutnya di media sosial. Setiap parti politik dilihat menggunakan media sosial sepenuhnya dengan menguar-uarkan perubahan yang akan dilakukan demi menambah baik keadaan negara. Pelbagai reaksi yang dilontarkan oleh netizen dalam media sosial terhadap setiap manifesto yang diberikan oleh calon parti politik yang bertanding.

Selepas fasa kempen pilihan raya, rakyat menunaikan tanggungjawab mereka dengan mengundi calon yang akan berkhidmat di lokaliti masing-masing. Luahan perasaan tentang perasaan pertama kali mengundi bagi golongan belia dapat dilihat pada fasa ini. Seterusnya, fasa penentuan kerajaan setelah pengiraan undi juga menimbulkan rasa ingin tahu dalam kalangan rakyat. Hal ini justeru membuatkan mereka mula mengandaikan parti politik yang akan memerintah negara. Pasca Pilihan Raya Umum ke-15 ini menampilkan pelbagai senario politik negara apabila penentuan parti Pilihan Raya Umum ke-15 ini tidak dapat ditentukan



dengan majoriti mudah. Penentuan ketua kerajaan juga mengambil masa beberapa hari selepas Pilihan Raya Umum ke-15 tamat. Oleh itu, kajian mengenai persepsi netizen secara keseluruhan terhadap empat fasa yang dinyatakan di atas akan dapat dilihat melalui dapatan kajian dalam bahagian seterusnya.

#### 4. Dapatan dan Perbincangan

Bahagian ini menunjukkan fasa sebelum dan selepas Pilihan Raya Umum ke-15. Kajian ini turut mengambil data twit selepas sebulan Perdana Menteri ke-10 dilantik serta twit yang ditulis oleh netizen di Twitter selepas belanjawan kewangan 2023 dibentangkan. Fasa-fasa ini diambil adalah untuk melihat perubahan persepsi netizen sebelum dan selepas Pilihan Raya Umum ke-15 dan selepas Kerajaan Perpaduan memerintah negara. Metafora yang digunakan oleh pengguna media sosial Twitter berkenaan dengan Pilihan Raya Umum ke-15 dikenal pasti. Data yang diperolehi dalam kajian ini juga diklasifikasikan kepada tema yang berkaitan dengan politik. Seterusnya, membentuk skema imej bagi persepsi masyarakat Malaysia mengenai Pilihan Raya Umum ke-15. Hal ini seterusnya dapat merungkai persepsi masyarakat Malaysia terhadap parti-parti politik dan ahli-ahli politik yang mendapat sokongan atau kehilangan sokongan ketika bertanding di lokaliti masing-masing.

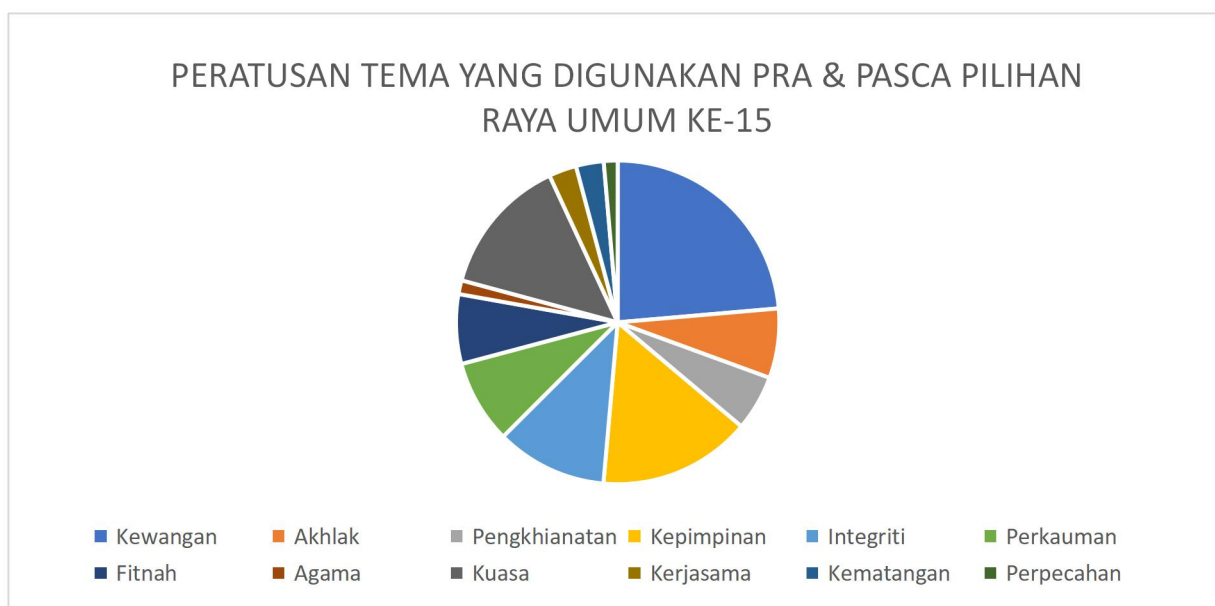
##### 4.1 *Jenis Metafora dalam Aplikasi Twitter*

Terdapat beberapa tema yang dilihat sebagai tema yang konsisten dibicarakan oleh pengguna Twitter. Pengkaji mengklasifikasikan tema tersebut kepada 12 jenis bagi melihat konsep yang terpatut dalam minda masyarakat Malaysia apabila mengeluarkan pendapat mereka tentang Pilihan Raya Umum ke-15.

JADUAL 3. Tema Twit Yang Ditulis Oleh Pengguna Twitter

<i>BIL</i>	<i>TEMA</i>	<i>BILANGAN</i>	<i>PERATUS (%)</i>
1.	Kewangan	17	23.61%
2.	Akhlak	5	6.94%
3.	Pengkhianatan	4	5.55%
4.	Kepimpinan	11	15.27%
5.	Integriti	8	11.11%
6.	Perkauman	6	8.33%

7.	Fitnah	5	6.94%
8.	Agama	2	2.77%
9.	Kuasa	10	13.88%
10.	Kerjasama	2	2.77%
11.	Kematangan	2	2.77%
12.	Perpecahan	1	1.38%



RAJAH 1. Peratusan Tema Yang Dipilih Bagi Twit Pra Dan Pasca Pilihan Raya Umum Ke-15

Carta pai di atas menunjukkan peratusan tema yang terlibat dalam twit-twit yang ditulis oleh netizen berdasarkan kepada Pilihan Raya Umum ke-15. Peratusan tertinggi jatuh kepada tema kewangan iaitu sebanyak 17 twit yang menulis tentangnya atau bersamaan dengan 23.61%. tema kedua tertinggi pula ialah kepimpinan iaitu sebanyak 11 twit dan mempunyai peratusan sebanyak 15.27%. Ketiga pula ialah tema kuasa iaitu sebanyak 10 twit atau 13.88%. Selain itu, tema integriti pula menunjukkan 8 twit atau 11.11%. Tema seterusnya ialah perkauman iaitu sebanyak 6 twit atau (8.33%). Seterusnya, tema fitnah dan akhlak yang menunjukkan sebanyak 5 twit atau 6.94%. Tema pengkhianatan sebanyak 4 twit atau 5.55%. Tema kerjasama dan kematangan masing-masing membawa 2 twit atau 2.77%. Akhir sekali, tema agama dan perpecahan ialah sebanyak 1 twit atau (1.38%).

## 4.2 Penggunaan Metafora Mengikuti Fasa Pilihan Raya Umum ke-15

### 4.2.1 Penggunaan Metafora Sebelum Pilihan Raya Umum ke-15

*“Teruk politik Malaysia ni. Semua nak rebut kepentingan masing2. Duk balah je manjang takde sekor pun nk baik pulih Malaysia ni. Semua duk **londeh kan** lawan masing2, tak hairan habis #PRU15 ni sama je keadaan Malaysia ni selagi yg kt atas tu duk bermusuh dalam politik.”*

“Londeh kan” [T1] berfungsi sebagai domain sumber manakala lawan masing-masing merupakan domain sasaran. Pembentukan metafora yang menunjukkan domain sumber dan domain sasaran dapat dilihat dalam rajah di bawah. Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat, ‘londeh’ bermaksud:

*(londeh) tanggal (lepas, lucut) ke bawah, (kain, seluar, dll), melorot; melondehkan menanggalkan (melepaskan, melucutkan) pakaian dgn mengeluarkannya melalui kaki, melorotkan; terlondeh tertanggal (terlepas terlucut) ke bawah (kain, seluar, dll), terlorot.*

Hal ini jelas menunjukkan bahawa LONDEH ITU BAWAH.

Perkataan ‘londeh’ dalam tweet di atas iaitu T1 membawa maksud menjatuhkan. Jatuh dalam kehidupan secara lumrahnya adalah perubahan daripada kedudukan atas kepada bawah. Dalam konteks masyarakat Malaysia yang menganalisis isu politik secara menyeluruh melalui media sosial, perkataan ini digunakan bagi merujuk kepada ahli-ahli politik yang berkempen dengan menjatuhkan pihak lawan mereka. Hal ini terbukti dengan tersebarnya pelbagai persepsi dan reaksi daripada masyarakat Malaysia apabila munculnya pelbagai fitnah yang mengaibkan apabila musim Pilihan Raya Umum akan berlangsung dalam masa yang terdekat.

Hal ini kerana wujudnya beberapa berita-berita yang tidak baik muncul dalam media sosial terutama di Twitter. Antaranya, muncul semula isu tentang LGBT yang melibatkan Dato’ Seri Anwar Ibrahim. Berita ini muncul adalah disebabkan pendakwaan terhadap Dato’ Seri Anwar Ibrahim pada tahun 1998. Tuduhan itu terus berlaku walaupun Dato’ Seri Anwar Ibrahim telah bebas daripada tuduhan tersebut. Dakwaan ini telah disebut semula oleh Pesuruhjaya Parti Islam Se-Malaysia (PAS), Razman Zakaria yang menyatakan bahawa Dato’ Seri Anwar Ibrahim akan mempromosikan Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT) (Adila Sharinni Wahid 2022). Selain itu, muncul juga dakwah yang menyatakan bahawa Barisan Nasional dan Pakatan Harapan membawa dakwah Kristian dan Yahudi menurut Tan Sri Muhyiddin Yassin (Madiha Abdullah 2022). Hal ini dilakukan adalah untuk mengelakkan majoriti undian berpihak kepada dua parti terbesar yang lain iaitu Barisan Nasional dan Pakatan Harapan.

### 4.2.2 Penggunaan Metafora Selepas Pilihan Raya Umum ke-15

*“Faktor utama adalah, bagi mereka PH=DAP dan BN= korupsi. Jadi pilihan yg ada adalah PAS, bagi mereka, sekurang-kurangnya masih Islam yg pegang pemerintahan. Maaf cakap tapi memang ada yg antara diorg yg masih belum terbuka minda dan mata, masih takut dimomokkan tiket agama”*

Twit yang digunakan dalam T8 menunjukkan frasa ‘belum terbuka minda’. Hal ini jelas menunjukkan bahawa penggunaan metafora orientasi ini berlaku adalah apabila adanya konsep ruang yang digunakan iaitu ‘buka’. Minda yang berfungsi sebagai domain sasaran dalam kajian ini dilihat sebagai satu ruang apabila domain sumbernya ialah ‘terbuka’. Penggunaan metafora ‘terbuka minda’ dalam ayat di atas menunjukkan bahawa kecaman dan kritikan terhadap golongan pengundi yang lain yang masih takut dengan propaganda yang tersebar dalam media sosial. Masyarakat dalam kelompok mereka masing-masing mempunyai stereotaip terhadap sesebuah parti politik. Pengaruh persekitaran, media sosial, tahap pendidikan mempengaruhi cara mereka membuat keputusan dalam membuat undian. Justeru, twit yang ditulis oleh netizen dalam T8 ini hendak menyatakan bahawa golongan masyarakat yang berpendapat Pakatan Harapan merupakan parti politik yang mengetengahkan bangsa Cina dalam pemerintahan serta Perikatan Nasional merupakan pecahan daripada Barisan Nasional adalah tidak wajar.

Metafora ‘terbuka minda’ dalam twit di atas menunjukkan bahawa penulis berpendapat bahawa penilaian terhadap setiap parti politik hendaklah dilakukan dengan menyelidik latar belakang setiap calon yang bertanding dan jumlah maklumat yang banyak dipaparkan di Internet. Hal ini adalah supaya masyarakat Malaysia akan menggunakan kuasa mengundi mereka setelah menjalankan penyelidikan terhadap calon yang bertanding dan bukan hanya mengambil jalan mudah dengan membuat generalisasi bahawa parti yang mengetengahkan Islam mampu menjadi kerajaan yang baik. Dengan kata lain, twit ini menggunakan frasa ‘terbuka minda’ adalah untuk membuang stereotaip lama dan cuba untuk menilai sesebuah parti politik berdasarkan aspek positif dan negatif semasa mereka diberi peluang untuk berkhidmat kepada rakyat.

#### 4.2.3 Penggunaan Metafora Selepas Sebulan Pemerintahan Kerajaan Baru

##### i. FITNAH IALAH SEBUAH OBJEK

Fitnah dianggap sebagai sebuah objek kerana sering dikaitkan dengan perkataan-perkataan ‘lempar’ dan ‘tinggalkan’. Hal ini dapat dilihat dalam dua twit yang dimuat naik selepas sebulan Perdana Menteri ke-10 dilantik:

- a. *Kalau tak fitnah, tak perlu takut. Nampaknya mmg ramai MP PN suka **lempar** fitnah, itu yg takut sgt tu.*
- b. *Musim PRU telah berlalu, dah tamat. Terimalah dgn berlapang dada kerajaan yg telah dibentuk hasil keputusan PRU ke 15. **Tinggalkanlah** segala umpat keji, fitnah yang mungkin dilakukan sepanjang waktu kempen sebelum ini. Jalinkanlah kembali ikatan ukhuwah sesama muslim.*

Perkataan fitnah dan ahli politik mempunyai hubungan yang sangat rapat. Hal ini demikian kerana lambakan berita yang tidak benar diutarakan oleh ahli politik bagi menjamin kedudukan masing-masing dalam parlimen. Selain itu, fitnah juga digunakan bagi menjatuhkan pihak lawan dalam arena politik. Fitnah dianggap sebagai sebuah objek yang boleh dibuat, dilempar dan ditinggalkan. Asal perkataan fitnah adalah daripada bahasa Arab yang bermaksud kekacauan, bencana, cubaan dan penyesatan (Kamarul Azmi Jasmi 2005). Fitnah dalam Kamus Dewan (2005) pula menyatakan bahawa tuduhan yang diada-adakan atau dibuat untuk memburukkan atau diada-adakan untuk memburukkan atau membencanakan seseorang. Justeru, masyarakat Melayu menggunakan istilah ini bagi merujuk kepada keadaan saling membuka aib oleh golongan ahli politik bagi tujuan memburukkan pihak lawan.

Penggunaan kata ‘fitnah’ dianggap sebagai objek apabila digunakan dengan perkataan ‘lempar’. Hal ini menunjukkan fitnah merupakan satu perkara yang ringan dan mudah untuk disampaikan daripada satu individu kepada individu yang lain. Penggunaan kata kerja dwitransitif ‘lempar’ memberi impak kepada penderita dalam sesebuah ayat. Impak sakit yang dialami oleh penderita dalam sesebuah ayat dapat dianalogikan dalam contoh ayat berikut:

*Ali melempar batu kepada Abu.*

Abu yang berfungsi sebagai penderita dalam ayat ini akan mengalami kecederaan atau kesakitan hasil daripada lemparan batu oleh Ali. Fenomena penggunaan kata kerja ‘lempar’ yang menggunakan tangan oleh manusia serta mempunyai fitur kelajuan yang tinggi menyebabkan kesakitan kepada penderita. Hal ini dikaitkan dengan penggunaan kata ‘lempar’ yang digunakan dengan perkataan ‘fitnah’. Fitnah memberi impak yang buruk kepada mangsanya. Ciri-ciri kesamaan fitnah dan ‘batu’ yang berkongsi fitur iaitu ringan dan disampaikan dengan kelajuan yang tinggi menuju sasaran menyebabkan masyarakat Malaysia menggunakan perkataan yang sama untuk berkolokasi dengannya. Fitnah yang mudah disampaikan dari mulut ke mulut orang lain dan seterusnya tersebar dalam sesebuah komuniti. Impak buruk yang akan diterima kepada penderita menyebabkan mereka kehilangan nama baik, depresi dan berasa rendah diri disebabkan oleh berita yang tidak benar.

#### 4.2.4 Penggunaan Metafora Selepas Pembentangan Belanjawan 2023

##### i. BANYAK ITU ATAS

*“Ntahlah.. selagi kos sara hidup tinggi selagi tu lah sy rasa apa2 bajet tahunan tak effective.”*

Belanjawan 2023 akan mengetengahkan tentang kewangan negara. Selaku Perdana Menteri merangkap Menteri Kewangan, Dato’ Seri Anwar Ibrahim telah mengambil tanggungjawab untuk membentangkan tentang perbelanjaan negara. Rakyat telah mengambil peluang untuk memahami setiap langkah yang dibuat oleh Perdana Menteri bagi membantu meringankan beban rakyat dan membasmi kemiskinan dalam negara. Beberapa langkah telah diambil oleh Perdana Menteri iaitu:

JADUAL 4. Bantuan Untuk Rakyat Selepas Belanjawan 2023

BIL	BANTUAN KERAJAAN	KUMPULAN SASARAN
1.	Bantuan Tunai Rahmah	B40
2.	Menu Rahmah/Jualan Rahmah	B40
3.	e-Tunai Belia Rahmah	Golongan belia berumur 18 hingga 20 tahun dan pelajar Institut Pengajian Tinggi (IPT)
4.	Bantuan Khas Kewangan Aidilfitri	Pekebun kecil getah, pesawah dan nelayan
5.	Tambahan RM500 kepada ahli Kumpulan Wang Simpanan Pekerja yang berumur 40 hingga 54 tahun	Pencarum Kumpulan Wang Simpanan Pekerja (KWSP)
6.	Elaun khas RM100 kepada ahli pasukan mencari dan menyelamatkan negara Turkiye dan Syria	Rakyat Malaysia
7.	Inisiatif Pendapatan Rakyat (IPR)	Golongan miskin

---

8.	Tanggungan bagi lesen kelas B2, lesen teksi, bas dan e-hailing.	Rakyat
9.	RM10 bilion dana pinjaman disediakan oleh Bank Negara Malaysia (BNM)	Usahawan Kecil dan Sederhana
10.	Kemudahan pinjaman oleh Bank Negara Malaysia (BNM), Bank Simpanan Nasional (BSN) dan TEKUN dengan dana RM1.7 bilion.	Usahawan Kecil dan Sederhana
11.	Bantuan RM400 juta untuk Agensi Pengurusan Banjir Negara (NADMA).	Rakyat Malaysia yang terkesan dengan banjir
12.	Bantuan lain yang dibekalkan kepada RELA, APM dan sukarelawan banjir	Penjawat awam RELA, APM dan sukarelawan banjir

---

Bantuan-bantuan ini dibekalkan oleh kerajaan kepada rakyat sebagai salah satu inisiatif untuk membantu rakyat Malaysia yang masih dibelenggu dengan kemiskinan. Harga barang yang semakin naik saban hari menyebabkan rakyat semakin sukar untuk meneruskan kehidupan seharian. Peningkatan harga barang di pasaran yang semakin meningkat menyebabkan kos-kos lain juga meningkat. Sebagai contoh, kos menghantar anak-anak ke pusat jagaan kanak-kanak. Rakyat terpaksa menghabiskan lebih daripada separuh gaji mereka untuk menampung perbelanjaan harian dan keperluan hidup. Hal ini dilihat dengan muncul beberapa isu berkaitan harga barangan yang melonjak tinggi. Beberapa akhbar tempatan telah menguar-uarkan hal ini sebelum belanjawan 2023. Harga barangan semakin naik adalah disebabkan oleh inflasi yang meningkat enam hingga tujuh peratus pada tahun ini. Justeru, harga barangan naik sehingga 10% pada awal tahun 2023 (Utusan Malaysia 2023). Selain itu, berita lain juga mengetengahkan tentang harga barangan basah yang akan meningkat tiga hingga lima ringgit pada bulan Ramadan disebabkan oleh permintaan yang tinggi (Hazelen Liana Kamaruddin 2023). Peningkatan harga barangan ini menyebabkan begitu banyak tweet berkaitan dengan belanjawan menggunakan metafora yang sama, iaitu tentang 'harga naik' dan 'harga turun'. Perkaitan ini dapat dilihat menerusi pengaruh graf yang menunjukkan tren peningkatan atau penurunan. Contoh tweet lain yang berkaitan dengan harga yang turut dibincangkan selepas Belanjawan 2023 dibentangkan ialah:

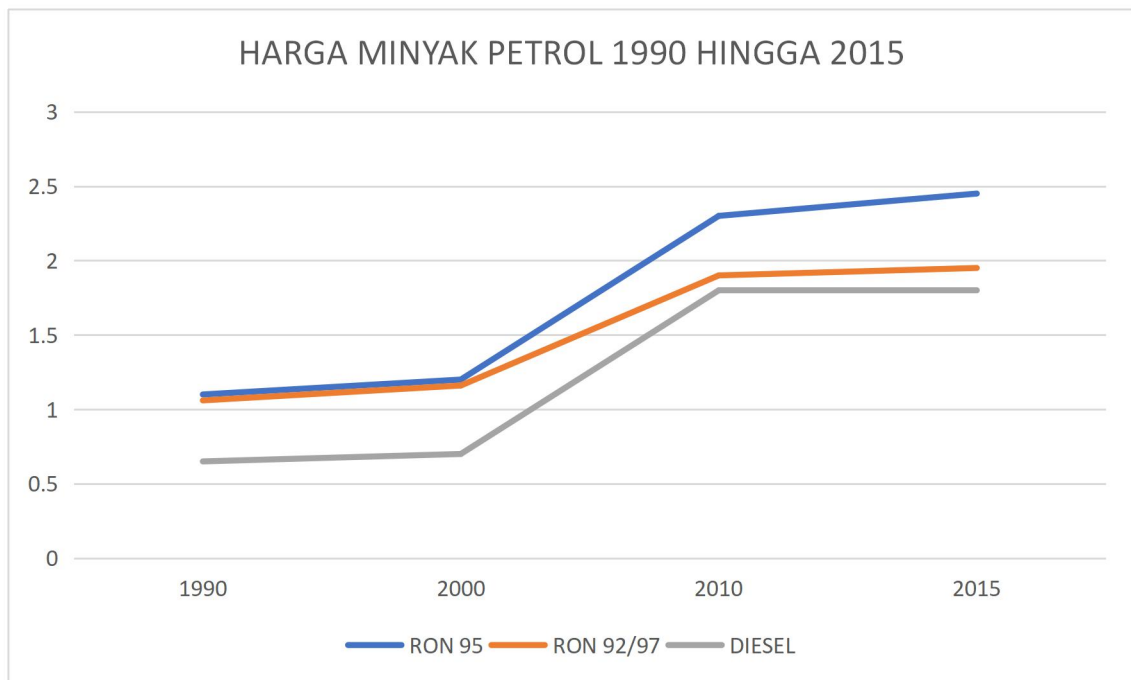
*Kata gomen no money, bagi jgk imbuhan pd kakitangan kerajaan...then **harga barang naik** lgi without control. Yg seksa dan tertekan masih pekerja swasta...*

*Bajet 2023 **kurangkan subsidi, harga apa akan naik** pula? Hishammuddin*

*yb , sepatutnya tanggung lesen kereta bukan nya motor . lagi satu yb , tolong lah **turunkan harga** lesen kereta , aje mahal bebenu ler , tolong la yb . kang saya tak bagi satay muar kt yb kang.*

*Politik Populis - Akan kata apa sahaja untuk menang undi. **Harga minyak belum turun-turun** pun walaupun janji turun selepas 24 jam jadi PM. Semakin hari kita semakin kenal siapa Anwar Ibrahim sebenarnya. Masih nak undi PH ke ?*

*Allahu... Sudah<sup>2</sup> la nak spin fakta. Sedangkan anwar offer **turun minyak** dlm masa 24jam tu sewaktu tok guru bersama anwar lagi dalam pakatan pilihan raya. Bukan pada PRU15 Ckp la dgn fakta y betul. Ikut abah midin la ni asyik perutusan je. Spin fakta. Dlm parlimen jd bisu.*



RAJAH 2. Harga Minyak Petrol 1990 Hingga 2015

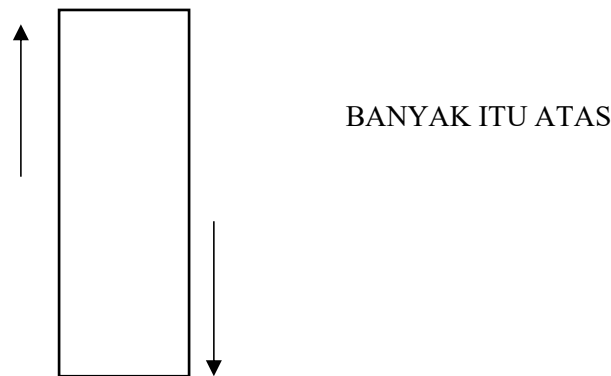
Tren peningkatan dan penurunan dalam graf di atas menyebabkan munculnya metafora harga naik dan turun. Hal ini jelas menjadi isu negara apabila rakyat memerlukan bekalan minyak petrol untuk terus menjalani kehidupan seharian. Pada masa kini, minyak petrol merupakan suatu yang penting bagi masyarakat Malaysia. Hal ini demikian kerana masyarakat Malaysia perlu untuk bergerak dari satu destinasi kepada destinasi yang lain setiap hari. Rutin seharian yang memerlukan mereka untuk menggunakan kenderaan sendiri berbanding kenderaan awam yang memerlukan mereka untuk transit dari satu kenderaan ke satu kenderaan yang lain. Justeru, rakyat Malaysia selalu mengaitkan isu politik dengan peningkatan harga barang. Hal ini demikian kerana penurunan harga dilihat sebagai kerajaan telah berjaya untuk meleraikan permasalahan ekonomi yang semakin membebani negara. Justeru, bagi pengkonsepsian BANYAK ITU ATAS menunjukkan semakin meningkat harga minyak petrol sehingga berada pada bahagian atas paksi-y, semakin banyak wang yang perlu dikeluarkan oleh rakyat bagi menampung keperluan untuk membeli minyak petrol.

Namun, usaha untuk mengurangkan harga minyak tidak dapat dilakukan oleh kerajaan kerana kekangan kewangan kerajaan Malaysia. Hutang negara yang semakin bertambah menyebabkan kerajaan mengambil jalan untuk mengurangkan perbelanjaan negara. Pengurangan harga minyak melebihi daripada masa sebelumnya tidak mampu dilakukan oleh kerajaan. Kerajaan telah mengambil langkah mengekalkan harga minyak petrol di pasaran di samping mengekalkan subsidi kerajaan terhadap penjualan minyak petrol. Justeru, semakin banyak wang yang perlu dikeluarkan oleh rakyat, maka semakin meningkat tren menaik dalam sesebuah graf. Justeru, masyarakat Malaysia mengaplikasikan pengetahuan sedia ada mereka berkenaan pengetahuan mereka tentang ilmu matematik dalam merealisasikan pendapat mereka berkenaan isu semasa.

### 4.3 Skema Imej

#### a. Skema Imej Berkaitan Kewangan

Perbincangan mengenai kewangan setelah dianalisis oleh pengkaji, netizen banyak menggunakan metafora naik dan turun. Penggunaan perkataan ini adalah merujuk kepada konsep yang sama iaitu ATAS ITU BANYAK. Justeru, skema imej yang sesuai bagi menggambarkan permasalahan ini ialah skema imej atas bawah.



Rajah 3. Skema Imej ATAS-BAWAH  
Sumber: Khazriyati Salehuddin 2018

Persepsi netizen terhadap kewangan negara kebanyakannya adalah berunsurkan negatif. Isu tentang cukai, solusi bagi kos sara hidup yang semakin tinggi, isu tol, isu harga minyak dan keadaan kewangan negara yang semakin meruncing. Isu ini semakin banyak disebutkan apabila telah selesai pembentangan belanjawan 2023 oleh Dato' Seri Anwar Ibrahim. Sebagai contoh twit -twit berikut:

- i. *Kata gomen no money, bagi jgk imbuhan pd kakitangan kerajaan...then **harga barang naik** lgi without control. Yg seksa dan tertekan masih pekerja swasta...*
- ii. *Bajet 2023 **kurangkan subsidi, harga apa akan naik** pula? Hishammuddin*
- iii. *Politik Populis - Akan kata apa sahaja untuk menang undi. **Harga minyak belum turun-turun** pun walaupun janji turun selepas 24 jam jadi PM. Semakin hari kita semakin kenal siapa Anwar Ibrahim sebenarnya. Masih nak undi PH ke ?*
- iv. *Allahu... Sudah<sup>2</sup> la nak spin fakta. Sedangkan anwar offer **turun minyak** dlm masa 24jam tu sewaktu tok guru bersama anwar lagi dalam pakatan pilihan raya. Bukan pada PRU15 Ckp la dgn fakta y betul. Ikut abah midin la ni asyik perutusan je. Spin fakta. Dlm parlimen jd bisu.*

#### b. Skema Imej Berkaitan Kuasa

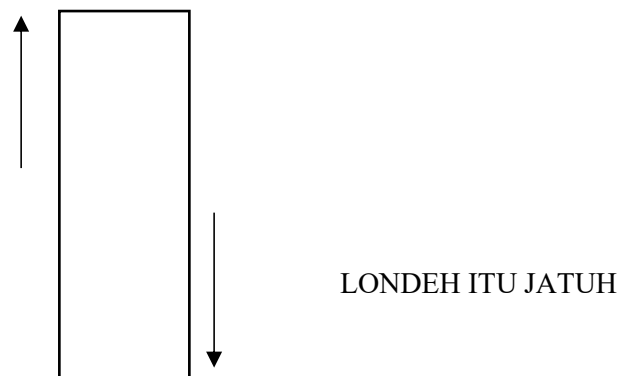
Skema imej atas bawah ini terbit daripada pengalaman manusia tentang konsep tatatingkat. Pengalaman penjasadan manusia tentang konsep tatatingkat telah mewujudkan skema imej dalam minda manusia. Sebagai contoh, manusia menganggap paras air yang tinggi dalam sebuah bekas mempunyai isipadu yang lebih banyak. Hal ini juga benar sekiranya paras air yang rendah mempunyai isipadu yang lebih sedikit (Khazriyati Salehuddin 2018). Selain itu, konsep kuasa dan kawalan yang amat berkait rapat dengan politik juga dapat diaplikasikan dalam bahagian ini. Konsep kuasa dalam metafora konsepsi menyatakan bahawa yang berkuasa adalah atas dan yang bawah adalah tidak berkuasa. Persaingan untuk berada pada peringkat tinggi atau atas dalam sesebuah masyarakat adalah sangat sengit dalam politik. Hal



ini dibuktikan dengan wujudnya unsur menjatuhkan pihak lawan dalam usaha membina imej yang baik kepada rakyat. Mandat yang diberikan kepada rakyat melalui proses pilihan raya adalah sangat penting bagi mengekalkan kuasa mereka dalam parlimen. Hal ini terbukti dalam twit yang dimuat naik pada aplikasi Twitter iaitu:

*“Teruk politik Malaysia ni.Semua nak rebut kepentingan masing2. Duk balah je manjang takde sekor pun nk baik pulih Malaysia ni. Semua duk **londeh** kan lawan masing2, tak hairan habis #PRU15 ni sama je keadaan Malaysia ni selagi yg kt atas tu duk bermusuh dalam politik.”*

Perkataan ‘londeh’ yang digunakan dalam ayat di atas adalah menunjukkan usaha untuk menjatuhkan pihak lawan. Sejenis kain atau seluar acap kali dikaitkan dengan perkataan ‘londeh’. Namun, metafora ini digunakan dalam twit bagi menunjukkan sikap ahli politik yang suka untuk menjatuhkan pihak lawan dengan sebaran fitnah melalui kempen pilihan raya. Hal ini dilakukan oleh ahli politik supaya kekal berkuasa dan tidak jatuh ke bawah. ‘Bawah’ dalam konteks ini ialah keadaan di mana ahli politik kehilangan kuasanya. Ahli politik sewajarnya bertindak dengan mengutamakan kepentingan rakyat. Justeru, skema imej ATAS-BAWAH yang sesuai dengan perkataan londeh ini ialah :



Rajah 4. Skema Imej ATAS-BAWAH  
Sumber: Khazriyati Salehuddin 2018

Fasa sebelum Pilihan Raya Umum ke-15 adalah mereka menilai manifesto yang ditawarkan oleh setiap parti politik yang bertanding. Kemudian, mereka akan bertindak menilai segala perlakuan ahli politik. Justeru, masyarakat di Twitter sangat cakna akan setiap hantaran ahli politik di media sosial yang bertujuan menguar-uarkan manifesto mereka. Namun, hal sebaliknya berlaku apabila ahli politik bertindak menjatuhkan pihak lawan dengan berperang di media sosial bagi mendapatkan undi. Persepsi negatif mula terbentuk apabila tindakan saling menyalahkan, membuka aib dan menyebarkan fitnah dilakukan oleh ahli politik yang bertanding. Politik yang matang hendaklah bertumpu kepada kesejahteraan rakyat.

### c. Skema Imej Berkaitan Pengkhianatan

Dunia politik penuh dengan pengkhianatan bagi mencapai sesebuah matlamat. Hal ini demikian kerana jalan ini dilihat sebagai sebuah jalan pintas bagi mendapatkan kuasa dalam parlimen. Senario politik ini dapat dilihat dalam pemerintahan sebelum ini. Justeru, masyarakat Malaysia yang cakna dengan hal ini tidak mahu keadaan ini berlaku sekali lagi.

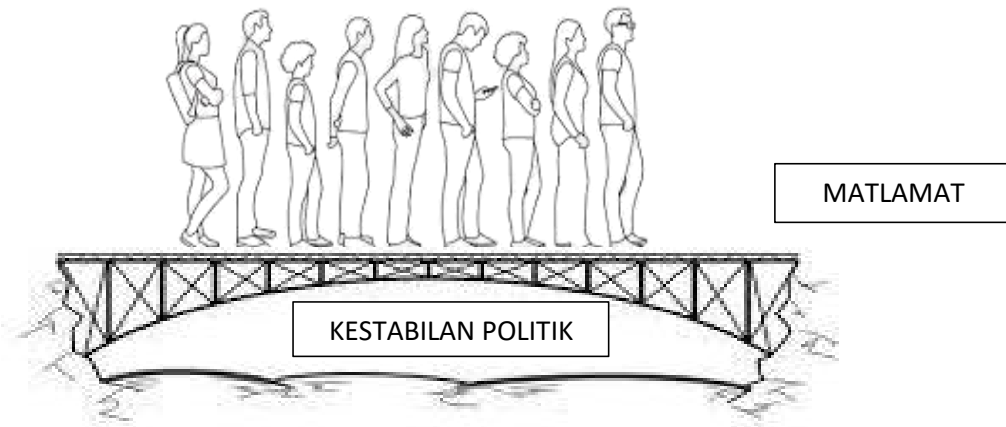
Pengkhianatan terhadap kerajaan sebelum ini berlaku pada Pilihan Raya Umum ke-14 iaitu semasa zaman pemerintahan Tun Dr. Mahathir Mohamad sebagai Perdana Menteri Malaysia ketujuh pada tahun 2018. Tempoh satu penggal iaitu selama lima tahun bagi memberi ruang kepada Pakatan Harapan memimpin tidak berlaku apabila terdapatnya sekelompok manusia yang ingin merebut kuasa kepimpinan pada ketika itu. Kemelut politik yang melanda menyebabkan Tan Sri Muhyiddin Yassin juga meletak jawatan dan digantikan dengan Dato' Seri Ismail Sabri. Metafora yang digunakan dalam konteks pengkhianatan ini adalah seperti berikut:

- i. *Strategi sedang di jalankan oleh Tun M bersama PN bagi menjatuhkan kerajaan Anwar. Jika tidak berhati-hati mungkin akan ada kerajaan **tebuk jambatan**.*
- ii. *PMx [@anwaribrahim](#) tolonglah bagi sahaja pada yang meminta untuk withdraw KWSP mereka, jangan risau hari tua mereka, pandailah mereka fikir. Tidak berbaloi membiarkan KWSP menjadi issue yang menyebabkan PH kalah pada PRN dan mungkin menyebabkan muncul Gov **tebuk atap** kali kedua.*

Penggunaan istilah *tebuk jambatan* atau *tebuk atap* yang dimaksudkan adalah pengkhianatan yang dilakukan oleh ahli politik dalam usaha mereka untuk mencapai matlamat mereka dalam memerintah negara. Penggunaan istilah 'rumah' dan 'jambatan' menunjukkan masyarakat Malaysia melambangkan rumah sebagai sebuah negara. Jambatan pula dianggap sebagai laluan dalam usaha untuk mencapai matlamat sesebuah negara. Perbuatan menebuk atap menyebabkan sesebuah rumah akan termasuk anasir luar seperti hujan, batu dan sebagainya. Kemasukan anasir luar ke dalam rumah menyebabkan ahli rumah basah kuyup dan berasa tidak selesa serta berada dalam kesejukan. Dalam kata lain, ahli rumah dalam konteks ini ialah rakyat Malaysia yang akan terkena kesusahan akibat ketidakstabilan politik. Kebajikan rakyat tidak akan dapat terbela dengan keadaan politik yang kucar-kacir. Perebutan kuasa akibat usul tidak percaya terhadap Perdana Menteri menyebabkan parlimen terpaksa dibubarkan. Antara sebab terdapatnya usul tidak percaya terhadap Perdana Menteri adalah kerana undi secara formal dalam Dewan, Rang Undang-Undang kerajaan tidak diluluskan dapda bacaan kedua dan ketiga, Perdana Menteri gagal mendapatkan undi percaya setelah memfailkan usul undi percaya, kerajaan gagal dalam pelaksanaan polisi penting dan keadaan yang tidak dapat dijangka seperti ahli politik lompat parti atau mengumumkan kepada Ketua Negara kerana bertukar keyakinan terhadap Perdana Menteri (Astro Awani 2020).

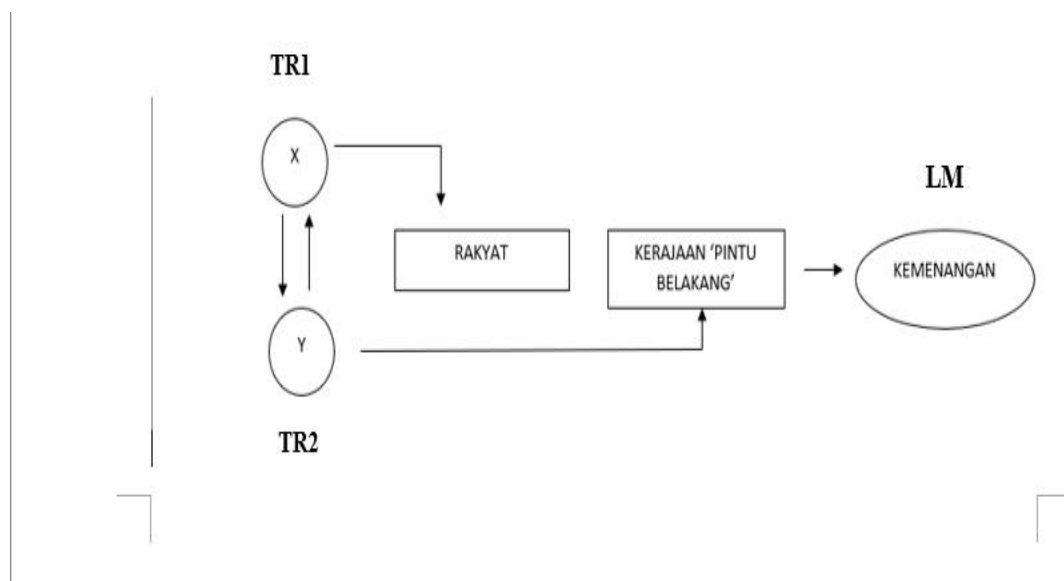
Pilihan Raya Umum ke 14 menunjukkan episod hitam dalam kalangan masyarakat Malaysia apabila dalam satu penggal terdapat tiga Perdana Menteri yang dilantik. Hal ini demikian kerana Pilihan Raya Umum ke-14 telah memberi mandat kepada Pakatan Harapan, iaitu Tun Dr. Mahathir Mohamad untuk bertindak sebagai Perdana Menteri, namun selepas 18 bulan pemerintahannya, terdapat ura-ura pembentukan kerajaan 'pintu belakang'. Tun Dr. Mahathir Mohamad seterusnya meletakkan jawatan beliau sebagai Perdana Menteri atas alasan memegang kepada prinsip beliau iaitu tidak akan bergabung dengan United Malays National Organization (UMNO). Kemudian, jawatan Perdana Menteri tersebut diteruskan oleh Tan Sri Muhyiddin Yassin sebagai Perdana Menteri Malaysia kelapan. Pemerintahan beliau juga tidak berlangsung lama dan hanya bertahan selama 33 bulan sahaja dan kemudiannya diambil oleh Dato' Seri Ismail Sabri.

Selain itu, penggunaan jambatan dilihat sebagai satu laluan yang dinaiki bersama oleh rakyat dan pemimpin dalam usaha untuk mencapai matlamat. Jambatan digunakan sebagai laluan untuk menyeberang ke seberang.



Rajah 5. Metafora Tebuk Jambatan

Jambatan yang ditebuk akan menyebabkan kebocoran dan seterusnya menjadikan seseorang individu di atas jambatan akan terjatuh ke bawah. Hal ini juga berlaku dalam dunia realiti pada hari ini. Keseimbangan politik dan ekonomi merupakan salah satu aspek yang membolehkan sesebuah 'jambatan' tersebut kekal kukuh untuk menampung manusia dia atasnya mencapai matlamat. Matlamat dalam konteks metaforanya adalah menyeberangi di seberang arah. Namun, dalam konteks realiti, seberang arah adalah usaha untuk mencapai sesuatu kemajuan dan kebajikan rakyat. Hal ini seterusnya diinterpretasikan dalam skema imej seperti berikut:



Rajah 6. Skema Imej SUMBER-LALUAN-MATLAMAT  
Sumber: Nor Hashimah Jalaluddin et. al 2011

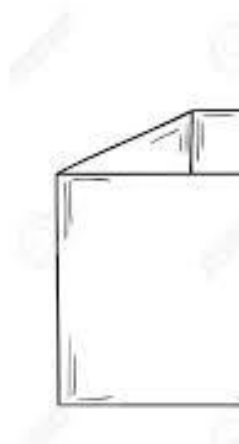
Petunjuk  
TR- Trajector  
LM- Landmark

Skema imej sumber-laluan-matlamat dalam rajah 5 di atas menunjukkan bahawa TR1 ialah Tun Dr. Mahathir Mohamad. TR2 pula ialah Y iaitu Tan Sri Muhyiddin Yasin dan Dato' Seri Ismail Sabri. X mendapat kuasa daripada kuasa rakyat melalui Pilihan Raya Umum ke-15 manakala Y mendapat kuasa dengan menubuhkan kerajaan 'pintu belakang'. Justeru, rakyat Malaysia merasa bimbang akan berulangnya perkara seperti ini lagi. Perkara seperti ini akan memberi impak kepada rakyat. Pemimpin juga dilihat seperti tidak menghormati kuasa rakyat untuk memutuskan pemimpin yang mereka inginkan membawa perubahan kepada Malaysia.

Twit pertama menekankan tentang kebimbangan rakyat terhadap konspirasi menjatuhkan kerajaan sedia ada. Pengguna Twitter ini beranggapan bahawa terdapat usaha untuk menggulingkan Dato'Seri Anwar Ibrahim selaku Perdana Menteri Malaysia ke-10. Orang yang didakwa akan melakukan konspirasi menjatuhkan Anwar Ibrahim dalam twit di atas ialah Tun Dr. Mahathir Mohamad. Hal ini adalah disebabkan oleh pengalaman yang dialami oleh pengguna Twitter sebelum ini tentang berita Tun Dr. Mahathir Mohamad yang telah memenjarakan Anwar Ibrahim atas faktor bagi beliau Anwar Ibrahim tidak mempunyai kredibiliti untuk menjadi Perdana Menteri pada tahun 1997.

d. *Skema Imej Berkaitan Agama*

Skema imej BEKAS ialah skema imej di mana masyarakat menginterpretasikan dunia ini sebagai bekas. Frasa 'terbuka minda' menunjukkan bahawa minda dilihat sebagai sebuah bekas. Bekas digunakan untuk menyimpan sesuatu menurut manusia. Minda merupakan sesuatu yang tertutup dan bersifat abstrak kerana tidak mempunyai rujukan. Skema imej BEKAS ini dapat dilihat dalam rajah 6 berikut:



Minda terbuka

RAJAH 7. Skema Imej BEKAS

Skema imej ini menunjukkan bahawa masyarakat menganggap minda yang terbuka membolehkan pengetahuan disimpan dalam kognisi manusia. Hal ini dapat dilihat dalam twit yang ditulis seperti berikut:

*“Faktor utama adalah, bagi mereka PH=DAP dan BN= korupsi. Jadi pilihan yg ada adalah PAS, bagi mereka, sekurang-kurangnya masih Islam yg pegang pemerintahan. Maaf cakap*

*tapi memang ada yg antara diorg yg masih belum **terbuka minda** dan mata, masih takut dimomokkan tiket agama”*

Twit yang dimuat naik ini menunjukkan pengguna Twitter ini beranggapan bahawa minda perlu terbuka untuk membolehkan lebih banyak ilmu pengetahuan disimpan dalam kognisi manusia. Selain perkataan terbuka, masyarakat Melayu juga sering menggunakan frasa ‘berfikiran sempit’. Pemikiran yang sempit memperlihatkan masyarakat Melayu mentafsirkan sebagai bekas yang hanya terbuka sedikit dan jumlah untuk pengetahuan tersebut masuk adalah sedikit. Justeru, pengetahuan yang sedikit dalam kognisi manusia hanya membolehkan manusia tersebut memproses pengetahuan sedia ada yang sedikit dan hanya tertumpu kepada satu aspek sahaja. Manusia yang berfikiran sempit cenderung untuk mengambil satu aspek sahaja tanpa mempertimbangkan aspek yang lain. Twit di atas menunjukkan bahawa rakyat Malaysia yang tidak mempunyai pilihan untuk mengundi selain daripada Perikatan Nasional adalah berfikiran sempit. Hal ini demikian kerana mereka hanya mempertimbangkan aspek agama tanpa melihat aspek-aspek yang lain seperti kepimpinan, kebijaksanaan, sumbangan dan ketelusan ahli parti politik yang bertanding. Perbandingan ketiga-tiga parti yang bertanding tidak dilakukan hanya kerana faktor agama yang diserlahkan oleh Perikatan Nasional.

#### 4.4 *Perbincangan*

JADUAL 5. Bilangan Persepsi Setiap Fasa

PERSEPSI	17-19 November 2022	20-24 November 2022	23-24 Disember 2022	23-26 Februari 2022
POSITIF	0	4	0	6
NEGATIF	5	17	17	19
POSITIF & NEGATIF	0	2	2	1

Berdasarkan dapatan yang diperolehi, didapati bahawa persepsi negatif tentang Pilihan Raya Umum ke-15 dilihat lebih mendominasi berbanding persepsi positif dalam 73 twit yang dikaji. Terdapat pelbagai parti yang bertanding dalam Pilihan Raya Umum ke-15. Penggunaan metafora yang digunakan dalam twit-twit berkaitan Pilihan Raya Umum ke-15 dilihat sangat signifikan dengan senario politik yang berlaku dalam negara sejak dahulu sehingga kini. Twit-twit yang berkaitan dengan Pilihan Raya Umum ke-15 ini juga menunjukkan masyarakat Malaysia sangat mengambil berat tentang isu semasa politik sehingga mereka mampu untuk berkongsi metafora yang sama hasil daripada pengalaman yang dihadapi bersama. Perkongsian daripada sudut kognitif menghasilkan skema imej iaitu skema imej atas-bawah, skema imej sumber-laluan-matlamat dan skema imej bekas. Berdasarkan analisis yang telah dijalankan juga, isu tentang kewangan merupakan isu yang paling banyak dibincangkan oleh masyarakat Malaysia. Hal ini menunjukkan Malaysia mengalami masalah kewangan dan ketidakadilan daripada sudut ekonomi yang sangat serius. Isu tentang kewangan dan kos sara hidup yang saban hari semakin menghimpit rakyat menyebabkan munculnya metafora naik-turun bagi membincangkan tentang harga berbanding istilah ‘mahal-murah’.

## 5. Rumusan

Secara kesimpulannya, kajian ini adalah berkaitan dengan cara masyarakat Malaysia mengkonsepkan tentang sesuatu perkara. Hal ini demikian kerana masyarakat Malaysia umumnya berada di bawah satu pucuk pimpinan yang sama. Justeru, mereka berkongsi pengalaman berada di bawah pucuk pimpinan yang juga sama. Kemudian, berdasarkan pengalaman yang sama ini, mereka seterusnya berkongsi skema imej yang sama dalam kognitif mereka. Hal ini terhasil daripada cara mereka menggunakan metafora dalam mengungkapkan tentang perkara yang berkaitan dengan politik. Pelbagai persepsi yang dilontarkan oleh para netizen dalam membicarakan perihal politik semasa. Kepincangan dalam tadbir urus sesebuah negara akan mengundang pelbagai reaksi dalam kalangan rakyat tanpa mengira lapisan masyarakat. Dengan pendekatan semantik kognitif, persepsi masyarakat terhadap senario politik dan pilihan raya dapat digambarkan dengan lebih tuntas.

## RUJUKAN

- Adila Sharinni Wahid. (2022). 'Saya Dizalimi' – Anwar Ibrahim. <https://www.sinarharian.com.my/article/230574/berita/politik/saya-dizalimi---anwar-ibrahim>. [2 April 2023].
- Astro Awani. (2020). Apakah maksud Undi Tidak Percaya? Ini Jawapan Pakar Perlembagaan. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/apakah-maksud-undi-tidak-percaya-ini-jawapan-pakar-perlembagaan-264316>. [4 Mei 2023].
- Dewan Bahasa dan Pustaka. (2005). Kamus Dewan Edisi Keempat. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Fiona Mac Clean, Derek Jones, Gail Carin- Levy, Heather M. Hunter. (2013). Understanding Twitter. *British Journal of Occupational Therapy*. 76(6).
- George Lakoff & Mark Johnson. (1980). *Metaphors We Live By*. America: The University of Chicago.
- Haewoon Kwak, Changhyun Lee, Hosung Park & Sue Moon. (2011). What Is Twitter, a Social Network or a News Media?. Korea Advanced Institute of Science and Technology (KAIST).
- Hari Kusmanto. (2019). Konseptualisasi Metafora Wacana Politik: Studi Semantik Kognitif. *Jurnal Pendidikan Nilai dan Pembangunan Karakter (WASKITA)*. 3(2):27-42. Universitas Muhammadiyah.
- Hazelen Liana Kamaruddin. (2023). Harga Barang Basah Dijangka Naik RM3 hingga RM5 pada Bulan Ramadan. <https://www.sinarharian.com.my/article/250719/edisi/kelantan/harga-barang-basah-dijangka-naik-rm3-hingga-rm5-pada-ramadan>. [20 April 2023].
- Ivy L.B. Liu, Christy MK Cheung & Matthew K.O Lee. (2010). Understanding Twitter Usage: What Drive People Continue To Tweet. [https://www.researchgate.net/publication/221229007\\_Understanding\\_Twitter\\_Usage\\_What\\_Drive\\_People\\_Continue\\_to\\_Tweet](https://www.researchgate.net/publication/221229007_Understanding_Twitter_Usage_What_Drive_People_Continue_to_Tweet). [1 Januari 2023].
- Kamarul Azmi Jasmi. (2005). Mendidik Masyarakat tentang Bahaya Fitnah. Skudai: Universiti Teknologi Malaysia.

- [http://eprints.utm.my/id/eprint/55544/1/KamarulAzmiJasmi2005\\_MendidikMasyarakatTentangBahayaFitnah.pdf](http://eprints.utm.my/id/eprint/55544/1/KamarulAzmiJasmi2005_MendidikMasyarakatTentangBahayaFitnah.pdf) [1 Jun 2023].
- Khazriyati Salehuddin. (2018). Psikolinguistik: Penerokaan Minda Berasaskan Bahasa. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Madiha Abdullah. (2022). PRU15: Dituduh taja kumpulan Kristian dan Yahudi, Anwar Ibrahim tanya "Tak ada modal lain ke"?. <https://www.astroawani.com/berita-politik/pru15-dituduh-taja-kumpulan-kristian-dan-yahudi-anwar-ibrahim-tanya-tak-ada-modal-lain-ke-392176>. [2 April 2023].
- Monakaran A/L Rengasamy. (2019). Analisis Metafora dalam Novel Elachia Payanam. Disertasi, Program Pengajian Bahasa Moden, Fakulti Bahasa dan Linguistik, Universiti Malaya.
- Nor Hashimah Jalaluddin Fazal Mohamed Mohamed Sultan Nurhidayah Mohd Hamid Shakira Khairudin Harishon Radzi. (2011). Persepsi Politik dalam Dialek Kedah: Analisis Semantik Kognitif. *Jurnal Linguistik*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Nur Atikah Ibrahim & Maslida Yusof. (2020). Sindiran dalam Media Sosial: Perspektif Lakuan Bahasa. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*. 36(2): 269-288.
- Nusyahida Zulkifli, Siti Khadijah Omar, Nor Farizah Johari, Muhammad Syafiq Hassan, Mohamad Rahimi Mohammad Rosman. (2021). Pengaruh Media Baru dan Penglibatan Politik Belia. [https://www.researchgate.net/publication/357616053\\_Pengaruh\\_Media\\_Baru\\_dan\\_Penglibatan\\_Politik\\_Belia](https://www.researchgate.net/publication/357616053_Pengaruh_Media_Baru_dan_Penglibatan_Politik_Belia) (3. [3 Januari 2023].
- Omar Zin. (2023). Harga Barang Naik 10%. <https://www.utusan.com.my/berita/2023/01/harga-barang-naik-10/>. [20 April 2023].
- Search Logistics. (2023). Twitter User Statistics: How Many People Use Twitter In 2023? <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/twitter-user-statistics/>. [5 Januari 2023].
- Suziana Mat Saad, and Nor Hashimah Jalaluddin, and Imran Ho-Abdullah. (2018). Metafora Konseptual Dan Manifestasi Linguistik Dalam Bahasa Melayu dan Perancis : Satu Analisis Kognitif. *GEMA Online Journal of Language Studies*. 18 (3): 114-134.
- Zulkifley Hamid & Nirwana Sudirman. (2016). Pantun Melayu sebagai Cerminan Kebitaraan Perenggu Minda Melayu. *Jurnal Melayu*. 15(2):146-159.