

## Hantaran Politik Kebencian di Media Sosial: Satu Analisis Ke Atas Belia

Siti Norayu Mohd Basir<sup>1\*</sup>, Habee Bullah Affandy<sup>2</sup>, Mohammad Lokman Khairi<sup>3</sup>, Siti Balkis Mohamed Ibrahim<sup>4</sup>, Siti Nurul Jannah Fital<sup>5</sup>, dan Fauziah Ismail<sup>6</sup>

<sup>1,4,5,6</sup>Jabatan Bahasa & Pengajian Umum, Fakulti Perniagaan & Komunikasi,  
Universiti Malaysia Perlis

<sup>2,3</sup>Jabatan Komunikasi Fakulti Perniagaan & Komunikasi,  
Universiti Malaysia Perlis

\*norayu@unimap.edu.my

### ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi, penggunaan media sosial dalam mempromosikan agenda politik tidak dapat disangkal termasuklah agenda berbentuk negatif seperti membuat hantaran politik kebencian. Hantaran politik kebencian dengan memaparkan berita palsu dan skandal berkaitan ahli politik kerap mencetuskan huru-hara dan menjadi perhatian orang ramai. Maklumat salah yang direka-reka melalui berita palsu berkaitan politik dan propaganda bakal memberi kesan kepada sokongan politik sewaktu pilihan raya. Hantaran politik kebencian merupakan satu kesalahan etika yang berupaya menjejaskan pertimbangan wajar dan seterusnya memberi kesan keatas kecenderungan politik individu. Justeru, kajian ini dijalankan bagi tujuan mengetahui gaya hantaran politik kebencian dan meneroka penerimaan belia terhadap hantaran politik berbaur kebencian di media sosial. Penekanan utama kajian ini adalah kepada golongan belia kerana mereka merupakan antara kelompok yang paling ramai menggunakan media sosial dan merupakan pewaris kelangsungan politik negara. Bagi menjawab persoalan kajian, metode kajian yang digunakan ialah kajian berbentuk kualitatif, menggunakan teknik pensampelan bertujuan. Seterusnya, data dikumpulkan menggunakan kaedah temu bual separa berstruktur yang berdasarkan pendapat dan berkaitan pengalaman serta pengetahuan informan terhadap hantaran politik kebencian. Temu bual dilakukan secara berasingan melibatkan seramai enam orang informan dalam lingkungan umur 18 hingga 20 tahun. Data kemudiannya dianalisis menggunakan analisis bertema dan analisis kandungan. Analisis kandungan digunakan bagi mengklasifikasi hantaran politik kebencian akaun media sosial empat orang ahli politik Malaysia. Analisis tema digunakan bagi meneroka penerimaan belia terhadap hantaran berkaitan politik kebencian di media sosial. Hasil analisis yang dijalankan terdapat 11 bentuk hantaran politik kebencian yang digunakan oleh ahli politik Malaysia dan terdapat 6 bentuk penerimaan terhadap hantaran politik kebencian.

**Kata kunci:** Belia, hantaran politik kebencian, media sosial, politik Malaysia

### ABSTRACT

*Along with the development of technology, the use of social media in promoting political agendas cannot be denied, including negative agendas such as making hateful political messages. Dissemination of hate politics by displaying fake news and scandals related to politicians often creates chaos and public attention. Misinformation designed through fake news related to politics and propaganda will affect political support during elections. Dissemination of hate politics is an ethical offense may affect reasonable judgment and subsequently affect a person's political leanings. Therefore, this study was conducted in order to find out the extent of hateful political messages and to explore the youth's acceptance of hateful political messages on social media. The main focus of this study was on youth as they were the group that uses social media the most and are the inheritors of the country's political continuity. To answer the research question, the research method used is a qualitative study using purposive sampling techniques. Next, data was collected using a*

*semi-structured interview method based on opinions and related to the informant's experience and knowledge of hate politics. Interviews were conducted separately involving a total of six informants between the ages of 18 and 20. The data was then analysed using thematic analysis and content analysis. Content analysis was used to classify hateful political posts on the social media accounts of four Malaysian politicians. While thematic analysis is used to explore the youth's acceptance of posts related to hate politics on social media. As a result of the analysis carried out, there are 11 forms of political hate speech used by Malaysian politicians and there are 6 forms of acceptance of hate political speech.*

**Keywords:** *Dissemination of hate politics, Malaysian politics, social media, youth*

## **PENGENALAN**

Masyarakat selaku pengundi dilihat begitu terdedah kepada agenda politik di media sosial. Media sosial boleh dianggap sebagai platform yang berupaya menarik pengundi (Shiratuddin et al., 2016). Pengguna media sosial yang tidak ambil tahu mengenai politik juga secara tidak sengaja akan berinteraksi dengan hantaran yang berunsur politik. Misalnya di Twitter, walaupun seseorang pengguna itu tidak mengikuti akaun ahli politik, dia masih boleh berinteraksi dengan hantaran berbentuk politik apabila rakan yang mereka ikuti mengulang kicau (*retweet*) hantaran berunsur politik.

Manakala di Facebook pula, hal yang sama boleh berlaku apabila rakan atau laman yang kita ikuti berkongsi hantaran berbaur politik. Selain itu, ciri khas Twitter seperti menyenaraikan perkataan atau tanda palang (*hashtag*) yang tular di bahagian cadangan akan membuka ruang kepada berlakunya interaksi antara pengguna dengan hantaran berbaur politik. Situasi ini pasti secara tidak langsung memberi pengaruh kepada pendapat masyarakat terhadap ahli politik dan parti politik. Mereka yang mempunyai minat terhadap politik dan menyertai parti politik terdorong kepada perbuatan kerap berkongsi maklumat berkaitan politik di media sosial (Hasell & Weeks, 2016). Lane et al. (2017) juga mengatakan pengguna media sosial lebih kerap berdiskusi dan berkongsi hal berkaitan politik apabila motivasi mereka untuk menggunakan media sosial adalah disebabkan oleh ingin menyentuh isu sosial dan politik.

Golongan belia mempunyai impak yang kuat dalam pilihan raya, perasaan tidak suka terhadap seseorang ahli politik sangat memberi kesan kepada pembuangan undi (Wattenberg, 2019). Orang muda dan individu yang kurang hak istimewa (*non-privileged*) cenderung untuk mengekspresikan suara mereka berkaitan politik di media sosial (Gil de Zúñiga et al., 2014). Mereka yang menggunakan media sosial untuk sentiasa berhubung dengan kawan dan keluarga, cenderung mengekspresikan diri mereka dan berdiskusi pelbagai aspek hidup dalam media sosial. Oleh sebab belia adalah golongan yang paling ramai menggunakan media sosial di Malaysia, mereka pastinya terdedah kepada politik kebencian.

## **PERNYATAAN MASALAH**

Politik kebencian boleh ditafsirkan sebagai cubaan untuk menyerang pesaing politik atau kumpulan tertentu bagi tujuan menimbulkan kebencian atau sentimen negatif masyarakat terhadap parti politik sasaran. Politik kebencian di media sosial sering melibatkan retorik yang merendahkan, fitnah, sindiran, dan juga ancaman terhadap pesaing politik dan kumpulan lain. Tujuannya adalah untuk mewujudkan suasana negatif, mempengaruhi persepsi orang ramai, dan mendapat sokongan dan simpati daripada orang ramai. Bentuk politik kebencian di media sosial termasuk menyebarkan berita palsu dan maklumat yang boleh dipersoalkan, menghasut konflik antara kumpulan, memanipulasi fakta untuk mewujudkan imej negatif, dan menjalankan kempen fitnah terhadap lawan politik.

Politik kebencian di media sosial boleh mendatangkan kesan buruk. Ia boleh mewujudkan iklim dan suasana toksik dalam ruang politik negara. Suasana politik toksik ini akan menimbulkan tindak balas antara kumpulan atau individu, memacu kepada ketegangan hubungan dan akhirnya akan menghalang komunikasi yang sihat antara ahli politik dan parti politik yang bertanding. Komunikasi yang tidak sihat seterusnya akan mengehadakan skop untuk dialog yang membina dan rasional dan mengaburkan isu sebenar yang sepatutnya menjadi perbincangan bersama. Apabila kebencian mendominasi perdebatan politik, ia menjadi sukar untuk mewujudkan persekitaran di mana pelbagai pandangan didengar dan diberi pertimbangan sewajarnya. Selain itu, politik kebencian meningkatkan polarisasi dan memperdalam ketidaksamaan dan antara kumpulan sosial. Retorik yang menimbulkan kebencian dan permusuhan memecahbelahkan masyarakat, menyukarkan kesepakatan, dan menghalang kemajuan sosial dan politik.

## **PENGGUNA MEDIA SOSIAL DAN POLITIK KEBENCIAN**

Hari ini, internet dan media sosial memainkan peranan penting sebagai platform di mana pengguna boleh mencipta maklumat dan pengetahuan serta berkongsi dengan orang lain. Pada tahun 2021, dicatatkan seramai 4.66 bilion orang di seluruh dunia menggunakan internet, meningkat sebanyak 316 juta (7.3 %) sejak 2020. Penembusan internet global kini mencapai 59.5 %. Manakala pengguna media sosial mencatatkan berjumlah 4.20 bilion di seluruh dunia. Angka ini telah meningkat sebanyak 490 juta dalam tempoh 12 bulan sejak 2020, memberikan pertumbuhan tahun ke tahun lebih daripada 13%. Jumlah pengguna media sosial kini bersamaan dengan lebih 53 % daripada jumlah penduduk dunia (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>).

Antaranya platform media sosial yang popular dan sering digunakan adalah Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Tiktok, Whatsapp dan Telegram. Mengikut data dari Global Overview Report 2021, Facebook, Youtube dan Whatsapp merupakan tiga platform paling digemari oleh pengguna media sosial di seluruh dunia. (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>).

Seterusnya, di Malaysia khususnya, antara medium media sosial yang paling berpengaruh adalah Facebook dan Twitter. Facebook digunakan secara aktif oleh institusi politik bagi tujuan berhubung terus dengan masyarakat dan menggalakkan perbincangan politik dalam kumpulan atau laman pengguna. Pengguna Facebook di Malaysia setakat Mac 2021 adalah seramai 24.67 juta. Ramai orang, khususnya golongan muda, beralih ke media sosial, khususnya Facebook untuk mendapatkan berita harian. Menurut Gil de Zúñiga et al. (2014), pengguna yang menggunakan media sosial bagi mendapatkan berita akan cenderung menyertai aktiviti politik di atas talian dan juga di luar talian.

Selain Facebook, Twitter dicatatkan sebagai salah satu media sosial popular untuk menyebarkan maklumat dalam khalayak ramai, memberi impak kepada perbincangan masyarakat dan menautkan pengguna dalam diskusi sosial (Mirbabaie et al., 2021). Terdapat 4.86 juta pengguna Twitter di Malaysia. Twitter adalah platform yang berguna untuk berpolitik memandangkan kandungan kicauan (tweet) politik daripada ahli politik kebiasaannya lebih mementingkan unsur ekspresif berbanding berfakta (Chinnasamy & Abdul Manaf, 2018). Ini menyebabkan Twitter menjadi medan pertempuran bagi ahli politik dan tempat skandal ahli politik dihebahkan.

Peralihan perkongsian maklumat daripada media cetak kepada rangkaian internet dan media sosial ini memberi tekanan kepada institusi politik untuk turut serta secara aktif dalam komunikasi politik dalam media sosial, terutamanya ketika kempen pilihan raya. Media sosial ini menjadi ruangan pengumpulan maklumat dalam mengukur pendapat orang ramai terhadap polisi, kedudukan politik dan juga membina sokongan buat calon sekaligus meningkatkan penyertaan politik rakyat (Zeng et al., 2010). Namun, ketiadaan sekatan dan kawalan dalam

penggunaan media sosial menyebabkan wujudnya politik kebencian. Pelbagai cara digunakan oleh pihak berkepentingan bagi menghasut pengguna media sosial yang lain untuk membenci seteru politik mereka.

Sambil menggalakkan kebebasan bersuara, media sosial juga menyemarakkan kebebasan membenci, di mana individu menggunakan hak mereka untuk mengutarakan pendapat dalam masa yang sama ingin menyenyapkan orang lain, dan menyediakan tempat bagi naratif kepuakan dan rasis (Lim, 2017). Kajian Ben-David dan Matamoros-Fernández (2016) menunjukkan parti berhaluan kanan kerap kali menyasarkan golongan imigran di Sepanyol dalam laman Facebook mereka. Perasaan marah terhadap seseorang ahli politik, mendorong pengguna media sosial untuk menyebarkan maklumat politik dengan lebih kerap (Hasell & Weeks, 2016). Beliau juga menemukan bahawa penggunaan berita pro- sikap (pro attitudinal) menambah kemarahan kepada pihak lawan akan menggalakkan lagi perkongsian maklumat di media sosial. Menghampiri pilihan raya, seteru politik dan orang ramai beralih kepada pelbagai strategi perbincangan di media sosial bagi menjadikan ruangan politik di situ kurang memberi kelebihan kepada pesaing (Bamigbade & Dalha, 2020). Wardle (2017) memperkenalkan tipologi misinformation dan disinformation. Misinformation merujuk kepada perkongsian maklumat salah secara tidak sengaja. Pengguna menerima berita dan menyebarkannya, namun tidak mengetahui berita tersebut adalah salah. Manakala disinformation pula merujuk kepada penciptaan dan berkongsi informasi yang diketahui salah dengan sengaja. Beliau mengatakan bahawa kandungan, motivasi pencipta, dan misinformation dan disinformation boleh wujud dalam pelbagai bentuk, berbanding apa yang dipanggil sebagai berita palsu. Wardle (2017) mengenal pasti tujuh jenis kandungan bermasalah yang berada dalam ekosistem informasi. Ketujuh-tujuh jenis kandungan ini diletakkan dalam satu skala yang menunjukkan tahap keinginan memperdayakan orang lain. Semakin ke kiri, hantaran tersebut mempunyai tahap keinginan memperdayakan yang rendah. Sebaliknya, semakin ke kanan, jenis hantaran tersebut mempunyai keinginan memperdaya yang lebih tinggi. Skala ini dimulakan dari yang lemah iaitu satira diikuti tajuk yang mengelirukan, kandungan yang mengelirukan, maklumat dengan konteks yang salah, sumber yang dipalsukan, kandungan dimanipulasi dan yang terakhir kandungan sepenuhnya rekaan. Dalam skop politik kebencian di media sosial, jenis hantaran ini adalah klasifikasi hantaran berbaur politik kebencian yang disebar luas oleh ahli politik, wartawan dan juga masyarakat. Kajian Nielsen dan Graves (2017) bagi memahami perspektif orang ramai terhadap berita palsu menemukan kesedaran orang ramai terhadap ciri-ciri kandungan yang dianggap sebagai berita palsu. Terdapat lima ciri semuanya iaitu satira, unsur kewartawanan yang lemah, bersifat propaganda, iklan di laman web dan berita salah. Dalam skop politik kebencian di media sosial, berita palsu merupakan salah satu klasifikasi hantaran berbaur politik kebencian. Bagi membantu pengkaji melakukan klasifikasi hantaran politik kebencian, ciri-ciri yang disenaraikan akan membantu analisis pengkaji.

## **KAEDAH KAJIAN**

Kaedah kajian yang digunakan dalam menjalankan penyelidikan ini adalah menggunakan metod kualitatif melalui kaedah pemerhatian dan temubual. Populasi kajian adalah terdiri dari dua kumpulan iaitu kumpulan pertama ahli politik yang menggunakan media sosial Facebook dan Twitter dengan jumlah pengikut 1000 orang dan ke atas dan kumpulan kedua adalah belia berumur 18-25 tahun yang aktif menggunakan Facebook dan Twitter.

Persampelan pula mengambil kira saranan Baker & Edward (2012) dan Tracy (2012) iaitu antara 1 hingga 100 informan. Dalam kajian ini, bilangan informan yang akan terlibat ialah 10 orang dengan pecahan 4 orang untuk kelompok pertama dan 6 orang untuk kelompok kedua. Data kemudiannya dianalisis menggunakan kaedah analisis kandungan dan analisis tema. Analisis kandungan digunakan bagi menjawab objektif kajian yang pertama iaitu meneroka hantaran politik kebencian dalam media sosial oleh 4 orang ahli politik. Hantaran-hantaran politik

kebencian yang akan dilihat oleh penyelidik adalah dalam bentuk teks, gambar atau video yang dimuat naik mereka sendiri atau milik pengguna lain yang dikongsikan oleh informan sepanjang 2 minggu sebelum Pilihan Raya Negeri Melaka (2021).

Seterusnya, analisis tema digunakan dalam menjawab objektif kajian yang kedua iaitu mengkaji penerimaan belia terhadap hantaran berkaitan politik kebencian dimedia sosial. Analisis bertema memerlukan data disusun secara bertema berdasarkan kerelevanan data dengan objektif kajian iaitu dari segi persamaan makna istilah yang digunakan oleh informan dalam mengkompresikan respons mereka terhadap politik kebencian di Twitter dan Facebook.

## ANALISIS KAJIAN

### Analisis Kandungan Ke Atas Hantaran Politik Kebencian

Hasil analisis kandungan yang dibuat keatas media sosial Facebook dan Twitter dari 4 ahli politik mendapati terdapat jenis 11 hantaran yang boleh dikategorikan sebagai hantaran politik kebencian.

#### i. Metonimi

Metonimi ialah kiasan di mana perkataan atau frasa digantikan dengan perkataan atau frasa lain yang berkait rapat dengannya yang secara literalnya tidak merujuk kepada kebencian. Namun apabila dikaitkan dengan individu, dalam konteks kajian ini pesaing politik, perkataan atau ayat tersebut boleh membawa mesej kepada orang ramai bahawa pesaing politik yang disasarkan tersebut melakukan suatu kesalahan. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri metonimi:

- [1] *"Bapa Lockdown Malaysia suka-suka buat lockdown separuh masak berbulan-bulan lamanya"- Facebook Datuk Seri Najib Razak, 12 November 2021.*
- [2] *"Objection inside Bersatu to Mass Ermieyati's appointment as Melaka Chief Minister is the Bersatu time-bomb in Melaka"- Facebook YB Lim Kit Siang, 13 November 2021*
- [3] *"Masing-masing tak mahu mengaku bertanggungjawab atas manifesto kencing bukan kitab suci PH pada PRU14 yang banyak menipu rakyat" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 13 November 2021.*
- [4] *"Kerajaan sanggup jual maruah negara dari tolong rakyat sendiri!"- Twitter YB Syed Saddiq, 18 November 2021.*
- [5] *"Semak semula MOU CSR sekiranya perkara ini dilihat sebagai satu 'cek kosong' untuk perbelanjaan menjijikkan seperti rumah bernilai RM100 juta untuk Najib"- Facebook YB Lim Kit Siang, 19 November 2021.*

Penggunaan terma 'separuh masak' dalam hantaran [1] menggambarkan bahawa kepimpinan Tan Sri Muhyiddin bersikap sambar lewa bagi membendung penularan Covid-19. Istilah '*time bomb*' dalam hantaran [2] mahu menghasut orang ramai supaya percaya bahawa calon ketua menteri daripada PN memudaratkan kesejahteraan rakyat Melaka. Perkataan 'kencing' dalam hantaran [3] bertujuan bagi menyatakan bahawa PH menipu rakyat Malaysia dalam soal manifesto PRU14 yang tidak ditunaikan. Istilah 'jual maruah negara' dalam hantaran [4] digunakan untuk menyatakan betapa jahat kerajaan terdahulu pimpinan BN yang memberikan penghargaan bernilai RM 100 juta kepada Datuk Seri Najib yang terpalit isu perubahan wang haram berbanding membantu rakyat susah. Istilah 'cek kosong' dalam hantaran [5] memberikan gambaran kepada rakyat bahawa kononnya wujud penyelewengan perbelanjaan kerajaan yang dinikmati oleh Datuk Seri Najib Razak. Semua ini bertujuan supaya rakyat memandang serong kepada seteru politik, seterusnya tidak mengundi calon daripada parti lawan.

## ii. Fakta dan bukti

Fakta dan bukti merupakan komponen penting dalam proses penelitian, argumentasi, dan pembuktian. Hantaran berbentuk sebegini memerlukan ahli politik menyatakan suatu fakta yang diketahui orang ramai. Ia boleh jadi berbentuk data dan statistik. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri fakta dan bukti:

- [1] *"Tolak calon PN dan BN kerana sepanjang 10 hari yang lepas, purata kes harian baharu Covid-19 di Indonesia adalah bersamaan 7.2% daripada purata kes harian baharu yang direkodkan di Malaysia sedangkan negara jiran itu mempunyai jumlah penduduk lapan kali ganda berbanding Malaysia"- Facebook YB Lim Kit Siang, 18 November 2021.*
- [2] *"Nilai KDNK per kapita Melaka naik 97.6% dalam tempoh dari tahun 2008 ke 2017 berbanding 60.1% bagi Pulau Pinang, 81.9% bagi Selangor dan 66.6% bagi purata Malaysia."- Facebook Datuk Seri Najib Razak, 14 November 2021.*

YB Lim Kit Siang menggunakan data [1] mengenai perbandingan purata kes harian Covid-19 antara Indonesia dengan Malaysia untuk memaklumkan bahawa Kerajaan Persekutuan yang diterajui oleh Perikatan Nasional (PN) dan Barisan Nasional (BN) tidak cukup cekap, oleh itu pengundi Melaka harus menolak calon mereka. Datuk Seri Najib Razak pula memberikan data [2] berkaitan nilai keluaran dalam negara kasar (KDNK) bagi negeri Melaka yang tinggi sewaktu pentadbiran BN sebagai kerajaan negeri berbanding nilai KDNK negeri-negeri yang ditadbir oleh seteru politiknya. Ini bagi memberikan anggapan kepada orang ramai bahawa parti beliau lebih berjaya jika dibandingkan dengan parti lawan.

## iii. Soalan Retorik Berasaskan Isu

Retorik ialah kemahiran menggunakan bahasa dan hujah yang meyakinkan dengan bermatlamat untuk mempengaruhi dan memujuk pendengar atau pembaca. Dalam konteks kajian ini, persoalan-persoalan yang diutarakan adalah untuk mempengaruhi pandangan belia berfikir bahawa pesaing politik yang disasarkan melakukan kesalahan dan mencetuskan rasa tidak senang dalam hati orang ramai terhadap pesaing politik tersebut. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri soalan retorik berasaskan isu:

- [1] *"Does Ismail Sabri's 'Keluarga Malaysia' includes a ban of gambling and liquor in Malaysia and withdrawal of support for the five Rukun Negara nation-building principles?"- Facebook YB Lim Kit Siang, 17 November 2021.*
- [2] *"If as Bersatu President, Muhyiddin could repudiate the Pakatan Harapan 2018 General Election manifesto, what is there to prevent Muhyiddin from repudiating the Perikatan Nasional manifesto, particularly in fighting corruption?"- Facebook YB Lim Kit Siang, 15 November 2021.*
- [3] *"Can the Agenda Nasional Malaysia Sihat (ANMS) succeed when the government is not prepare to admit that Malaysia has become one of the worst performing nations in the world in the Covid-19 pandemic?" - Facebook YB Lim Kit Siang, 11 November 2021.*
- [4] *"Ada ke orang yang berniat untuk menjadi Ketua Menteri sebuah negeri tiada rancangan untuk bangunkan negeri itu?" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 19 November 2021.*
- [5] *"Apa yang rakyat Malaysia telah dapat dengan membenci saya selepas PRU14?" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 18 November 2021.*
- [6] *"Jika tak jadian hentam UMNO sebagai kempen utama mereka, apa lagi mereka nak cerita pada pengundi?" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 13 November 2021.*

Hantaran [1] berkaitan dengan larangan operasi pusat hiburan sewaktu pandemik yang cuba diapi-apikan bagi menampakkan seolah-olah kerajaan tidak menghormati kepelbagaian kaum di Malaysia. Hantaran [2] membawa kepada pendapat bahawa Tan Sri Muhyiddin sememangnya seorang yang tidak akan menunaikan janji dalam manifesto beliau. Hantaran [3] mencadangkan

bahawa kempen yang ingin dilaksanakan kerajaan pasti gagal. Hantaran [4] menunjukkan kedangkalan calon ketua menteri daripada parti lawan yang pernah membuat kenyataan 'bagi saya menang dulu' apabila ditanya soal perancangan beliau sekiranya terpilih menjadi Ketua Menteri Melaka yang baharu. Hantaran [5] dan [6] adalah satu serangan balas bagi membuatkan rakyat berfikir tentang strategi PH yang secara terus-berterusan menggunakan nama Datuk Seri Najib sebagai modal berpolitik.

#### iv. Disfemisme

Hantaran berbentuk disfemisme merujuk kepada hantaran yang menggunakan kata-kata yang menyakitkan hati bagi menggantikan perkataan dengan maksud yang sama. Disfemisme memburukkan imej pesaing politik dengan kata sifat atau perilaku yang tidak disenangi ramai. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri disfemisme:

- [1] *"Will the Ismail Sabri government end up as a 'kerajaan gagal' like the Muhyiddin government, unable to win the war against the Covid-19 pandemic" - Facebook YB Lim Kit Siang, 13 November 2021.*
- [2] *"... dia (Muhyiddin) Perdana Menteri Kerajaan Gagal" - Twitter YB Khalid Samad, 15 November 2021.*

Perkataan 'kerajaan gagal' dalam hantaran [1] pada asalnya tular di Twitter pada Jun 2021 apabila kes harian Covid-19 di Malaysia semakin melonjak naik di samping beberapa isu berkaitan kebajikan rakyat yang dilihat kurang diberikan tumpuan oleh kerajaan pimpinan Tan Sri Muhyiddin ketika itu. Istilah tersebut digunakan sekali lagi bagi menggambarkan ketidakcekapan pentadbiran kerajaan baru pimpinan Dato' Seri Ismail Sabri. Ini bagi memburukkan imej PN dan BN yang merupakan seteru politik bagi PH. Istilah yang sama juga digunakan dalam hantaran [2] bagi menyatakan kegagalan bekas Perdana Menteri kelapan, Tan Sri Muhyiddin menguruskan negara dengan harapan rakyat Melaka tidak memilih untuk mengundi PN.

#### v. Kordinasi Leksikel

Koordinasi leksikal bermaksud penyusunan semula huruf atau pengejaan perkataan asal yang disesuaikan dengan mesej yang ingin disampaikan. Kordinasi leksikel sering digunakan untuk menyampaikan hubungan antara konsep yang terkait atau saling melengkapi. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri koordinasi leksikal:

- [1] *"Gambar AbahCOW juga yang digunakan untuk dapatkan sokongan rakyat Melaka" - Twitter YB Khalid Samad, 15 November 2022.*
- [2] *"Sambil PN guna AbahCOW, BN pula guna BossCOW" - Twitter YB Khalid Samad, 15 November 2022.*

Penggunaan perkataan 'COW' dalam hantaran [1] dan [2] merupakan satu bentuk pengejaan semula kata nama 'kau'. Cow atau lembu adalah satu ejekan dalam masyarakat di Malaysia yang kerap kali dikaitkan dengan sifat bodoh. Di media sosial, tular gelaran 'abah' yang merujuk kepada Tan Sri Muhyiddin dan 'bossku' yang merujuk kepada Datuk Seri Najib. Oleh itu hantaran di atas bertujuan menyerang peribadi dua pemimpin politik tersebut di samping mengejek penyokong-penyokong mereka.

## vi. Sindiran

Sindiran politik ialah alat yang berkuasa untuk menyatakan rasa tidak puas hati atau mengejek tindakan dan dasar politik, kerana ia menyampaikan mesejnya secara tidak langsung. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri sindiran:

- [1] *"Nampak gaya Perikatan Nasional tiada tokoh tempatan untuk ditonjolkan" - Twitter YB Khalid Samad, 15 November 2022.*
- [2] *"Denda 20k takde benda bagi mereka. Yang penting bagi mereka, kempen terus jalan. Yang lingkupkan berbilion ringgit, soal 20k apalah sangat..." - Twitter YB Khalid Samad, 15 November 2022.*
- [3] *"Hutang RM32b kamu nampak tapi penjimatan IPP serta pembinaan aset negara oleh 1MDB, Nuar buat-buat tak nampak pulak" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 19 November 2021.*
- [4] *"Terima kasih, PH" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 18 November 2021.*
- [5] *"Dia (Muhyiddin) bukan tak biasa dengan perkara khianat" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 12 November 2021.*
- [6] *"Dulu kita buka banyak dan cadang nak buka lagi banyak tapi korang tutup masa dalam kerajaan PH pulak" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 10 November 2021.*
- [7] *"Hanya sebab tukar kereta Perdana ke kereta Vellfire boleh jimat RM3.00 sebiji sebulan" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 9 November 2021.*
- [8] *"Menteri: Buy Malaysian First. Also Menteri: Proton ni mahal. Jom beli Vellfire" - Twitter YB Syed Saddiq, 15 November 2021.*
- [9] *"Hadiah RM100 million untuk SEORANG boleh. Bantuan sarapan untuk pelajar tak boleh. Jawatan tetap untuk doctor kontrak, tak boleh. Bantuan M40, tak boleh" - Twitter YB Syed Saddiq, 18 November 2021.*
- [10] *"Kerajaan: Rakyat yang susah waktu pandemik kena keluarkan duit simpanan persaraan untuk teruskan hidup. Also kerajaan: Dah guna duit sendiri, rakyat kena kerja lagi 4-6 tahun lagi untuk ganti semula duit simpanan asal. Habis kerajaan sebenarnya buat apa?" - Twitter YB Syed Saddiq, 16 November 2021.*
- [11] *"Jimat RM2.80, bazir untuk gaji Menteri" - Twitter YB Syed Saddiq, 12 November 2021.*

Dalam hantaran [1], YB Khalid Samad memerli PN yang menggunakan Tan Sri Muhyiddin sebagai 'poster boy' dan bukan calon bagi PRN Melaka. Hantaran [2] bertujuan memerli BN yang sering kali melanggar SOP yang telah ditetapkan oleh kerajaan pihak mereka sendiri. Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) telah menetapkan bahawa kempen secara fizikal adalah dilarang berikutan risiko penularan Covid-19. Namun, sering tular di media sosial dalam tempoh berkempen, perhimpunan-perhimpunan melibatkan ahli politik BN Bersama penyokong mereka. Hantaran [3] menyindir Datuk Seri Anwar Ibrahim yang asyik menggunakan modal hutang negara semasa berkempen di hadapan orang ramai tanpa menceritakan penjimatan dan pembinaan aset negara melalui 1MDB. Dalam hantaran [4], Datuk Seri Najib Razak menyindir PH yang didakwa olehnya campur tangan dalam hal Pertubuhan Perisikan Luar Malaysia (MEIO). Bersama hantaran tersebut, beliau menyertakan pautan laporan Utusan bertajuk "Perisikan Malaysia dapat markah sifar". Dalam hantaran [5], sindiran tersebut ditujukan kepada Tan Sri Muhyiddin yang dilabelkan sebagai pengkhianat. Dalam hantaran [6], Datuk Seri Najib Razak memerli calon PN, Dr. Mohd Yadzil Yaakub kerana menggunakan idea yang pernah dilaksanakan oleh beliau sebelum ini, namun ditentang oleh pimpinan PN pada masa lepas. Hantaran [7] dan [8] bertujuan menyindir kerajaan yang mahu menukar kereta rasmi Menteri pada waktu rakyat kebanyakan. Hantaran [9] berkaitan penghargaan kerajaan kepada bekas perdana menteri yang bernilai RM100 juta yang dilihat sebagai satu pemborosan di kala rakyat masih terhimpit dengan kehidupan. Dalam hantaran [10], YB Syed Saddiq memerli kerajaan yang kelihatan tiada alternatif untuk membantu rakyat, sebaliknya meminta rakyat untuk bekerja beberapa tahun lagi dari had bersara untuk mengumpulkan semula wang simpanan dalam KWSP. Dalam hantaran [11], YB Syed Saddiq memerli desas-desus kerajaan akan melantik Ahli Parlimen Pasir Salak, Dato' Seri Tajuddin Abdul



Rahman sebagai Duta Khas ke Indonesia yang gajinya sedikit rendah berbanding gaji seorang menteri.

#### vii. Tuduhan

Tuduhan dalam politik ialah kenyataan yang menuding jari kepada individu atau kumpulan dalam suasana politik dengan niat untuk merosakkan reputasi, membentuk pendapat umum, atau menjejaskan keputusan pilihan raya atau acara politik lain. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri tuduhan:

- [1] *"Kalau dipilih sama ada BN atau PN, kerajaan yang terhasil bukan sahaja tak stabil, tetapi juga dipenuhi rasuah, salah guna kuasa dan lain- lain" - Twitter YB Khalid Samad, 15 November 2022.*
- [2] *"Tun M tiba-tiba keluarkan kenyataan bahawa parti PETAJ tak sokong siapa-siapa di PRN Melaka pulak" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 11 November 2021.*
- [3] *"Lama kelamaan ni, nampak kerajaan berbelanja untuk diri sendiri banding berbelanja untuk rakyat" - Twitter YB Syed Saddiq, 17 November 2021.*

Dalam hantaran [1], tuduhan kepada BN yang sering dikaitkan dengan kes rasuah dan PN yang tidak berjaya mengekalkan sokongan menjadi modal untuk YB Khalid Samad memburuk-buruknya parti lawan. Dalam hantaran [2], Datuk Seri Najib menuduh calon-calon bebas yang bernaung di bawah Gagasan Bebas Piagam Rakyat sebagai proksi kepada Tun Mahathir. Dalam hantaran [3], YB Syed Saddiq menuduh kerajaan menyalahgunakan perbelanjaan negara untuk kepentingan mereka dan meremehkan rakyat.

#### viii. Tautan Kontras

Hantaran berbentuk tautan kontras merujuk kepada strategi meletakkan fakta bertentangan bagi membandingkan diri ahli politik tersebut dengan pesaing politiknya. Teknik ini sering digunakan untuk memperkuat perbincangan, membuat perbandingan, atau memperjelaskan kelemahan perbincangan lawan. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri tautan kontras:

- [1] *"Apabila Pakatan Harapan menang dalam PRU14, banyak projek mega zaman Barisan Nasional dibekukan walaupun sudah pun dimeterai" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 19 November 2021.*
- [2] *"Dulu kata tak akan terima individu lompat parti sebab mereka pengkhianat. lalu kata tiada masalah terima individu lompat parti untuk PRN Melaka sebab mereka adalah katak berprinsip" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 9 November 2021.*
- [3] *"Apa kerajaan boleh buat dengan RM100 juta? Boleh sambung Program Sarapan Pagi untuk 135,000 murid untuk setahun! Boleh serap doktor kontrak kepada doktor tetap untuk 2,307 doktor setahun! Atau bagi hadiah RM100 juta kepada SEORANG pemimpin politik. Anda rasa?" - Twitter YB Syed Saddiq, 18 November 2021.*

Dalam hantaran [1], Datuk Seri Najib Razak ingin menyampaikan mesej bahawa rakyat mengalami kerugian angkara PH yang membatalkan banyak projek mega sewaktu pentadbiran BN. Dalam hantaran [2], Datuk Seri Najib Razak mengingatkan tentang betapa hipokrit kepimpinan PH yang menerima ahli politik rentas parti bagi bertanding mewakili mereka walaupun mereka begitu marah dengan tindakan sebegitu sewaktu Langkah Sheraton. YB Syed Saddiq dalam hantaran [3] membandingkan manfaat yang bakal diperoleh oleh rakyat sekiranya penghargaan bernilai RM100 juta yang tular diberikan kepada Datuk Seri Najib Razak digunakan ke arah pelaksanaan sarapan percuma kepada murid sekolah dan pelantikan doktor kontrak kepada doktor tetap.

## ix. Satira

Satira politik adalah satu bentuk mesej melibatkan penggunaan humor yang merendahkan, mengejek, atau melecehkan individu, kelompok, atau ideologi tertentu dalam konteks politik. Walaupun dalam bentuk jenaka, ironinya mesej kebencian tetap ada di sebalik hantaran yang menggunakan satira. Ini Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri satira:

- [1] *"PN-Gerakan akan sapu bersih semua kerusi PRN Melaka. Janganlah.Tinggallah satu dua kerusi untuk parti-parti lain" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 18 November 2021.*
- [2] *"Kami tidak akan tipu rakyat Malaysia. Apabila kami telah membuat janji, kami akan menunaikannya. Agama kami menuntutnya" katanya (Muhyiddin).. " - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 13 November 2021.*
- [3] *"Uncle (Lim Kit Siang), mana ada terowong. Minta share location kat wassap pada saya" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 11 November 2021.*
- [4] *"How many special envoy we need? Another one" - Twitter YB Syed Saddiq, 14 November 2021.*

Dalam hantaran [1], Datuk Seri Najib Razak ingin mengusik PN dan Gerakan yang menyatakan bahawa mereka optimis untuk memenangi semua kerusi. Begitu juga dalam hantaran [2], Datuk Seri Najib Razak menyertakan hantaran tersebut dengan keratan akhbar atas talian yang bertajuk "Muhyiddin minta rakyat bersabar, manifesto PH mula ditunaikan berperingkat". Ini menggambarkan Tan Sri Muhyiddin tidak berpegang pada janji sekali pun beliau menyatakan bahawa agama anutannya melarang perbuatan mungkir janji. Dalam hantaran [3], Datuk Seri Najib Razak melawak dengan perkataan 'terowong' yang sinonim dengan isu projek terowong bawah laut Kerajaan Negeri Pulau Pinang di bawah pentadbiran Parti Rakyat Demokratik (DAP) dan PH. Dalam hantaran [4], YB Syed Saddiq membangkitkan isu pelantikan ahli parlimen sebagai duta khas yang dilihat sekadar untuk mengekalkan sokongan ahli parlimen tersebut kepada kerajaan.

## x. Antitesis Tersirat

Antitesis tersirat adalah satu alat retorik di mana dua idea kontras bertembung. Ia dilakukan dengan mewujudkan perbezaan maksud yang bertentangan yang dinyatakan secara tidak langsung dan kebiasaannya boleh didapati dalam bentuk penggunaan bahasa, gaya retorik mahupun struktur ayat. Berikut adalah hantaran di Twitter dan Facebook yang mempunyai ciri-ciri antitesis tersirat:

- [1] *"Dah tak usah troll dah. Rasanya sekarang dia dah faham maksud" - Facebook Datuk Seri Najib Razak, 9 November 2021.*

Dalam hantaran [1], ia berkaitan dengan isu Ahli Parlimen Kulai, YB Teo Nie Ching yang menggunakan slogan "Lahabau Melaka" tanpa mengetahui maksud perkataan tersebut. Meski pun telah memohon maaf, isu ini menjadi modal BN dan PN untuk meyakinkan rakyat bahawa PH tidak sesuai memimpin Melaka kerana gagal memahami hal asas seperti ini.

#### xi. Pendapat Berterus-Terang Berdasarkan Isu

Pendapat berterus terang merujuk pada ungkapan pendapat secara jujur, terus terang, dan tanpa penipuan atau pengelakan. Ini berarti menyampaikan pikiran dan pandangan secara langsung, tanpa upaya untuk menyembunyikan atau merubahnya.

- [1] *"Buat event politik waktu pandemik, wajibkan kehadiran, pelajar dapat Covid" - Twitter YB Syed Saddiq, 11 November 2021.*
- [2] *"TOLAK mereka yang tidak berkhidmat! TOLAK mereka yang hanya turun padang bila nak pilihan raya sahaja!" - Twitter YB Syed Saddiq, 16 November 2021.*

Dalam hantaran [1], YB Syed Saddiq menyertakan sekali hantaran tersebut dengan tangkap layar komen pengguna Facebook berkaitan laporan berita penglibatan pelajar UiTM di perhimpunan BN bertempat di Masjid Tanah, Melaka. Dalam hantaran [2], YB Syed Saddiq secara terus mencadangkan rakyat Melaka untuk tidak mengundi parti lawan iaitu BN kerana hanya mendekati rakyat apabila menghampiri pilihan raya sahaja. Ini berikutan tular video kempen rumah ke rumah oleh calon BN. Dalam video tersebut, tuan rumah menyatakan perasaan marah dan kecewa belau dengan sikap ahli politik yang hanya turun padang, berjumpa dengan rakyat di kawasannya apabila ingin mendapatkan undi dalam pilihan raya yang mendekat.

#### **Analisis Tema Keatas Respons Belia Terhadap Hantaran Politik Kebencian**

Objektif kedua adalah untuk mengetahui respons belia Malaysia terhadap politik kebencian di Twitter dan Facebook. Seramai enam orang informan telah ditemu bual. Soalan yang ditanyakan kepada informan adalah berkisar dengan kesan yang dirasakan oleh mereka apabila berinteraksi dengan politik kebencian. Hasil analisis tema yang dibuat mendapati 4 tema terbentuk dari temu bual yang dibuat.

##### i. Marah

Informan 4 dan Informan 6 masing-masing menyatakan bahawa mereka berasa marah apabila berinteraksi dengan hantaran berbentuk politik kebencian di media sosial mereka. Menurut Informan 4, beliau berasa marah dan geram apabila membaca hantaran yang memburukkan pemimpin politik yang disokong. Manakala Informan 6 berasa marah kerana ahli politik tidak berjaya menunjukkan kematangan mereka walaupun berpendidikan tinggi dan mempunyai rekod pengalaman yang panjang. Tambahan lagi, cara ahli politik mengendalikan isu yang dihadapi mereka seolah-olah bersikap kebudak- budakkan.

- [1] *"Terutama bila kita minat politik ni...ada masnya kita rasa triggered...rasa geram dengan golongan yang menyerang kita punya idola atau orang yang kita sokong" - Informan 4.*
- [2] *"Nak rasa marah pun ada sebab bagi saya, ahli politik ni ada yang tidak menunjukkan kematangan" - Informan 6.*

##### ii. Sedih

Daripada enam orang informan yang ditemu bual, seorang daripada mereka iaitu Informan 6 menyatakan bahawa beliau berasa sedih apabila melihat hantaran berbentuk politik kebencian di media sosial. Menurutnya, apabila ahli politik bertelagah sesama mereka demi menjatuhkan lawan, rakyatlah yang merasakan kesannya.

- [1] *"Sedih pun ada sebab kita tahu apabila politik kita ni bergaduh, masing-masing jatuhkan lawan, yang terasa kesan tu rakyat sendiri la" - Informan 6*

### iii. Kecewa

Informan 3 menyatakan beliau berasa kecewa dengan ahli politik dan penyokong politik yang memainkan isu perkauman yang menjejaskan keharmonian.

- [1] *“Saya merakan agak kecewa la dengan segelintir ahli politik dan penyokong yang bersikap tidak profesional” – Informan 3.*

### iv. Meluat

Informan 2 menyatakan bahawa beliau sudah meluat dengan hantaran berunsur politik kebencian. Hal ini menyebabkan beliau tidak lagi mengambil tahu isu politik yang dimainkan di media sosial kerana pada pendapatnya, ahli politik hanya memikirkan kepentingan peribadi mereka dan tidak menghiraukan kebajikan rakyat. Hal yang sama dikongsikan oleh Informan 6 yang menyatakan bahawa beliau sudah meluat atau menyampah.

- [1] *“Kita rasa dah meluat, rasa malas nak tengok dah sebab isu yang dimainkan adalah isu-isu sensitif, perkauman, fitnah dan sebagainya” – Informan 2.*
- [2] *“Benda tu tak besar, tapi diperbesar untuk tunjuk kat semua orang yang ahli politik ni jahat, so macam dah menyampah dah, meluat la” – Informan 6.*

### v. Teruja

Informan 3 menyatakan bahawa beliau berasa teruja apabila berinteraksi dengan hantaran berbentuk politik kebencian di media sosial miliknya. Perasaan teruja berkenaan menurut beliau hadir kerana beliau ingin melihat pihak manakah yang mampu memenangi hati pengundi-pengundi.

- [1] *“Agak teruja pun ada, saya teruja melihat bagaimana politik di Malaysia ini berjalan” – Informan 3.*

## PERBINCANGAN DAN CADANGAN

Perubahan landskap politik pasca Pilihan Raya Umum ke-14 (PRU14) pastinya mempengaruhi persepsi belia terhadap ahli politik, parti dan isu yang sering menjadi kunci kepada pengaruh mereka. Pelbagai cara digunakan bagi mendapatkan sokongan pengundi terutamanya golongan belia. Pelaksanaan Undi 18 memberikan golongan belia kuasa memilih dengan peratusan yang banyak sekaligus mampu memberikan impak yang besar terhadap keputusan pilihan raya dan menentukan kepimpinan negara. Menurut Vidovicova dan Honelova (2018), politik kebencian bermaksud konotasi negatif yang membina persepsi “kita” melawan “mereka”. Dalam kajian ini, politik kebencian di media sosial boleh kita tafsirkan sebagai apa-apa bentuk serangan kepada pesaing politik atau mana-mana kelompok bagi tujuan membuatkan orang ramai membenci pihak yang disasarkan. Perdebatan politik yang sihat mestilah berdasarkan perbincangan yang kukuh, data yang tepat dan menghormati pandangan lawan politik. Penggunaan hantaran politik kebencian boleh menjejaskan dialog yang membina dan menghalang kemajuan ke arah menyelesaikan masalah sosial yang kompleks.

Perbincangan dapat dibuat dengan melihat bentuk hantaran politik kebencian yang digunakan oleh empat orang ahli politik tersebut ialah metonimi, fakta dan bukti, soalan retorik berasaskan isu, disfemisme, koordinasi leksikal, sindiran, tuduhan, tautan kontras, satira, antitesis tersirat dan terakhir pendapat berterus terang berdasarkan isu. Ini merupakan strategi atau gaya retorika yang sering digunakan oleh ahli politik dalam perbincangan untuk mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu. 11 klasifikasi hantaran politik kebencian tersebut didapati

menerima reaksi yang lebih tinggi daripada bentuk hantaran politik kebencian yang lain. Selain itu, mungkin penurunan jumlah klasifikasi ini disumbangkan oleh tempoh analisis kandungan yang dihadkan kepada 12 hari sahaja. Harus diingatkan pemilihan tempoh ini berikutan tempoh hari berkempen bagi PRN Melaka 2021. Menariknya di Nigeria, terdapat pengurangan klasifikasi hantaran politik kebencian dalam kajian ini berbanding kajian-kajian lepas (Bamigbade & Dalha, 2020). Hal ini mungkin berpunca daripada kecenderungan ahli politik Malaysia dalam mencipta hantaran politik kebencian berbanding dengan kajian Bamigbade dan Dalha (2020) yang berlangsung di Nigeria. Penonton semakin sedar tentang kesan negatif kebencian dan propaganda politik di media sosial. Reaksi orang ramai terhadap strategi ini boleh membawa kepada pengurangan sokongan dan kehilangan kepercayaan kepada pihak dan individu yang terlibat dalam amalannya.

Seterusnya, menurut kajian Astuti dan Partini (2019), pengguna Instagram berasa marah apabila melihat ekspresi politik kebencian di aplikasi tersebut. Ini disokong oleh Witmer (2020) yang mengatakan debat politik di media sosial yang tidak berkesudahan mengakibatkan otak mengesan tekanan (stress). Otak akan merembeskan hormon stress iaitu cortisol dan epinephrine. Hormon-hormon ini membuatkan tekanan darah meningkat, kulit merasa panas dan ketegangan pada otot. Otak seterusnya menghantar isyarat kepada badan untuk sedia melawan seolah-olah kita berasa terancam. Dalam skop politik kebencian di media sosial, hantaran berbaur politik kebencian dipercayai menyebabkan pengguna berasa marah setelah berinteraksi dengan hantaran-hantaran tersebut. Menurut Anderson dan Auxier (2020), pengguna media sosial di Amerika Syarikat menyatakan bahawa mereka berasa tertekan dan rusing apabila berinteraksi dengan orang yang tidak sependapat dalam hal politik. Hal ini disokong oleh Ajani et al. (2021), pengguna media sosial di Kwara, Nigeria menyatakan kandungan berbaur politik kebencian melahirkan rasa takut sehingga sebahagian mereka merasakan ia mengakibatkan seseorang itu mengasingkan diri daripada bersosial. Dalam skop politik kebencian di media sosial, hantaran berbaur politik kebencian dipercayai mengakibatkan kegelisahan kepada pengguna setelah berinteraksi dengan hantaran-hantaran tersebut.

## **KESIMPULAN**

Media sosial memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi golongan belia terhadap ahli politik, parti politik mahupun suasa politik negara. Berinteraksi dengan hantaran-hantaran mahupun berita politik memberi pengaruh kepada pendapat dan pandangan politik secara langsung atau tidak langsung. Penggunaan isu-isu yang mendedahkan sisi negatif pesaing politik untuk menyemarakkan rasa benci atau menciptakan citra negatif terhadap mereka adalah strategi yang sering digunakan. Media sosial, termasuk Facebook dan Twitter, memberikan platform yang efektif bagi ahli politik untuk menyebarkan isu-isu tersebut dengan cepat dan luas kepada khalayak.

Konten politik yang dipersembahkan dalam media sosial oleh ahli politik, parti politik, penyokong parti, atau akaun-akaun berkaitan politik cepat menjadi viral dan tersebar luas di platform media sosial. Adakalanya ia tidak dapat dikawal dan hanyalah dibatasi dengan pengertian etika yang mana menjadi pegangan peribadi individu.

Dalam era maklumat digital yang sentiasa berkembang, pemahaman berdasarkan maklumat yang jelas, tepat dan boleh disahkan adalah penting. Menjadi satu kewajaran sebagai pengguna media sosial untuk sentiasa bersikap kritis dan selektif apabila menggunakan dan berinteraksi dengan kandungan politik untuk memastikan pemahaman yang jelas dan benar. Golongan belia perlu sentiasa menyemak dan memastikan kesahihan dan kebolehpercayaan mana-mana sumber sebelum mempercayainya. Golongan belia juga seharusnya tidak hanya berpegang kepada satu sumber semata-mata apalagi sekiranya sumber itu seperti berat sebelah dan sering membuat hantaran-hantaran politik kebencian.

Dalam erti kata lain, golongan belia perlu mencari perspektif yang berbeza daripada sumber yang berbeza untuk memahami isu ini dengan lebih baik. Lihat niat dan motif di sebalik kandungan politik yang dikongsi, diterima dan dibaca di media sosial ahli politik mahupun parti politik. Dengan mengambil sikap kritis dan selektif, golongan belia dapat memastikan pemahaman yang lebih mendalam tentang politik berdasarkan fakta yang tepat dan mengelak daripada terjerumus ke dalam perangkap penyebaran maklumat tidak sah atau manipulatif di media sosial.

## RUJUKAN

- Ajani, S. Y., Arikewuyo, A. K., Lukuman, A. A., Muhammad, A. R., Imam, O. A., Mahamood, A. F., Manaf, A. R. A., & Hassan, J. (2021). Influence of hate speech messages on voters' choice of candidate in Kwara State 2019 gubernatorial election. *AIP Conference Proceedings*, 2347(Icamet 2020), 1–6. <https://doi.org/10.1063/5.0051528>.
- Astuti, F., & Partini. (2019). The Hate Speech Behavior of Teenagers on Social Media Instagram. *International Summit on Science Technology and Humanity (ISETH2019)*, 252–259.
- Baker, S. E., & Edwards, R. (2012). How many qualitative interviews is enough? *National Centre for Research Methods Review Paper*, 1–42. <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>.
- Bamigbade, W. A., & Dalha, L. (2020). Nigeria's 2019 electioneering discourse: Strategies for delegitimizing political opponents on social media. *Ars et Humanitas*, 14(1), 55–72. <https://doi.org/10.4312/ars.14.1.55-72>.
- Ben-David, A., & Matamoros-Fernández, A. (2016). Hate speech and covert discrimination on social media: Monitoring the Facebook pages of extreme-right political parties in Spain. *International Journal of Communication*, 10(February), 1167–1193.
- Chinnasamy, S., & Abdul Manaf, N. (2018). Social media as political hatred mode in Malaysia's 2018 General Election. *SHS Web of Conferences*, 53, 02005. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185302005>.
- Generation y's political participation and social media in Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(1), 125–143. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2016-3201-12>.
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612–634. <https://doi.org/10.1111/jcom.12103>.
- Hasell, A., & Weeks, B. E. (2016). Partisan Provocation: The Role of Partisan News Use and Emotional Responses in Political Information Sharing in Social Media. *Human Communication Research*, 42(4), 641–661. <https://doi.org/10.1111/hcre.12092>.
- Hasell, A., & Weeks, B. E. (2016). Partisan Provocation: The Role of Partisan News Use and Emotional Responses in Political Information Sharing in Social Media. *Human Communication Research*, 42(4), 641–661. <https://doi.org/10.1111/hcre.12092>.
- Journalism*, 6(2), 994–1014. <http://dx.doi.org/10.1109/MIS.2010.151>Lim, 2017.
- Lane, D. S., Kim, D. H., Lee, S. S., Weeks, B. E., & Kwak, N. (2017). From online disagreement to offline action: How diverse motivations for using social media can increase political information sharing and catalyze offline political participation. *Social Media and Society*, 3(3). <https://doi.org/10.1177/2056305117716274>.
- Mirbabaie, M., Brünker, F., Wischnewski, M., & Meinert, J. (2021). The Development of Connective Action during Social Movements on Social Media. *ACM Transaction on Social Computing*, 4(1), 1–21. <https://doi.org/10.1145/3446981>.
- Nielsen, R. K., & Graves, L. (2017). *Audience perspectives on fake news. October*, 1–8.
- Shiratuddin, N., Sani, M., Hassan, S., Ahmad, M., Khalid, K., & Ahmad, N. (2016). Generation y's political participation and social media in Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(1), 125–143. <https://doi.org/10.17576/jkmjc-2016-3201-12>.

- Tracy, S. J. (2012). Qualitative Research Methods Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact. In *Radiologic Technology* (Vol. 82, Issue 2). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1177/0011000002303002>.
- Vidovicova, L., & Honelova, M. (2018). a Case Study of Ageism in Political Debates: Are Social Media a Latent Source of Generational Hatred? *Slovensky Narodopis-Slovak Ethnology*, 66(2), 203–220. <https://doi.org/10.26363/SN.2018.2.03>.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe Report*, 1–108. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.
- Wattenberg, M. P. (2019). Polls and Elections: From the Obama Youthquake of '08 to the Trumpquake of '16: How Young People's Dislike of Hillary Clinton Cost Her the Election. *Presidential Studies Quarterly*, 49(1), 168–184. <https://doi.org/10.1111/psq.12452>.
- Zeng, D., Chen, H., Lusch, R., & Li, S. (2010). Social Media Analytics and Intelligence. *Journalism*, 6(2), 994–1014. <http://dx.doi.org/10.1109/MIS.2010.151>.