

SKALA AMALAN INTEGRITI PENYERTAAN POLITIK: KESAHAN DAN PSIKOMETRIK

(Political Participation Integrity Practice Scale: Validity And Psychometric)

Mohd Sufiean Hassan*, Siti Nurshahidah Sah Allam, Abd. Aziz A'zmi & Rizky Hafiz Chaniago

ABSTRAK

Integriti penyertaan politik merupakan amalan yang sepatutnya wujud dalam persekitaran demokrasi seperti Malaysia. Kajian empirikal integriti penyertaan politik kurang diberi perhatian pengkaji sains sosial dan kemanusiaan. Justeru itu, kajian ini fokus menilai skala psikometrik integriti penyertaan politik golongan muda. Bagi menguji nilai integriti, skala integriti penyertaan politik yang diadaptasi diuji ke atas 388 mahasiswa negeri Melaka dari empat Institusi Pengajian Tinggi iaitu Universiti Teknologi MARA (UiTM), Universiti Teknikal Malaysia, Melaka, Universiti Multimedia, (MMU) Melaka dan Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM) secara persampelan rawak mudah. Instrumen Skala Integriti Penyertaan Politik dibentuk daripada gabungan Skala Penggunaan Media Sosial dan Penyertaan Politik Dalam Talian dan Skala Integriti untuk menguji nilai integriti golongan muda melalui Analisis Faktor Pengesahan (CFA) dan pembentukan Model CFA Skala Integriti Penyertaan Politik. Dapatan menunjukkan model multi-dimensi skala integriti penyertaan politik telah mencapai ketepatan padanan yang baik dan mencapai kesahan konvergen berdasarkan hubungan yang signifikan pemboleh ubah. Skala ini turut mencapai kesahan diskriminan dan kesahan prediktif yang menyokong ciri-ciri psikometrik versi Bahasa Melayu. Kajian ini secara langsung menyumbang kepada pembentukan Skala integriti penyertaan politik yang kurang diberi perhatian oleh penyelidik sebelumnya.

Kata kunci: integriti, penyertaan politik, mahir media, sumber sah, penciptaan moral, tindakan etika

ABSTRACT

A democratic country like Malaysia should practice political participation integrity. However, empirical studies of political participation integrity have received little attention from social science and humanities researchers. Therefore, this study focuses on assessing the psychometric scale of the political participation integrity of young people. By using simple random sampling, 388 Melaka state students from four institutions of higher learning, namely Universiti Teknologi MARA (UiTM), Universiti Teknikal Malaysia, Melaka, Multimedia University, (MMU) Melaka, and Kolej Universiti Islam Melaka (KUIM), were tested on the scale of political participation integrity. This research merges the Social Media Usage Scale and Online Political Participation and the Integrity Scale to examine young people's integrity values through Confirmation Factor Analysis (CFA) and the formation of the CFA Model of Political Participation Integrity Scale. The

findings indicate that the multi-dimensional model of the political participation integrity scale has achieved good matching accuracy and achieved convergent validity based on significant relationships of variables. This scale also reached discriminant validity, and predictive validity supports psychometric characteristics of the Malay version. This study directly contributed to forming the Political Participation Integrity Scale, which previously received less attention from scholars.

Keywords: integrity, political participation, media-savvy, authentic sources, moral creation, ethical action

PENGENALAN

Sikap sopan santun dan amalan integriti penyertaan politik dalam kalangan golongan muda di dalam media sosial kurang dipraktikkan dan tiada model khusus penggunaan media sosial secara berintegriti, maka pengkaji memilih untuk menjalankan kajian ini. Jika dilihat dengan situasi penggunaan media sosial di Malaysia terutamanya yang berkaitan dengan penyertaan politik menunjukkan tahap integriti yang masih rendah. Walaupun begitu, penting untuk dikaji dan disahkan tahap sebenar integriti golongan muda di dalam media sosial terutama yang berkaitan penyertaan politik.

Kebanyakan golongan muda mahir menggunakan media baru. Medium ini digunakan sebagai perantara untuk berkongsi maklumat, berkomunikasi dan sebagainya. Walaupun begitu penggunaan media sosial tidak berhemah sering dikaitkan dengan golongan muda terutama berkaitan hal-hal politik. Penting untuk dikaji adakah literasi media turut membantu mempengaruhi amalan integriti golongan muda dalam media sosial. Literasi Media yang bukan hanya mampu menggunakan media itu, malah perlu mempunyai elemen-elemen lain antaranya kemampuan mencari dan menggunakan media, kemampuan untuk menilai dan menganalisis mesej, kemampuan untuk menghasilkan mesej secara kreatif tanpa melanggar nilai dan norma masyarakat. Isu mengenai integriti penyertaan politik dalam penggunaan media ini telah menjadi isu nasional yang sering dipaparkan di akhbar. Kajian untuk membangunkan sebuah model integriti penggunaan media baharu ini juga diharap dapat memberi manfaat kepada kerajaan, pembuat dasar, parti-parti politik, pengamal media dan pengkaji akan datang.

Penggunaan media sosial yang berintegriti bermaksud bertanggungjawab terhadap maklumat yang disebarkan serta jujur. Selain itu, pengguna haruslah mengikut semua peraturan yang telah ditetapkan kerajaan. Hal ini bertujuan menjaga dan menghormati maruah dan hak orang lain, tidak kira latar belakang mereka serta menghormati harta, kesihatan, keselamatan orang lain, dan menjaga nama baik negara (University, 2014).

Menurut Lunnay et al. (2015) integriti penggunaan media sosial bermaksud menjaga hak dan maklumat peribadi individu atau pengguna media sosial yang lain. Sebagai contoh menyebarkan maklumat yang dikongsi oleh rakan yang bersifat peribadi kepada kenalan lain di media sosial tanpa pengetahuan rakan tersebut dan tindakan ini dipanggil melanggar norma kerahsiaan (Herman, 2011). Herman turut mengenal pasti beberapa pemboleh ubah dalam menentukan integriti penggunaan media sosial iaitu bergantung kepada konteks, pelaku, sifat atau jenis maklumat tersebut dan prinsip penghantaran maklumat. Ini menunjukkan bahawa pengguna

sendiri harus bijak mengenal pasti maklumat yang diterima dengan menilai jenis maklumat dan adakah perlu disampaikan kepada orang lain atau tidak.

Selaras dengan itu, integriti penggunaan media sosial dapat ditakrifkan dengan bermaksud berpegang teguh pada nilai moral dengan disertai komitmen penuh terhadap nilai-nilai tersebut, manakala media sosial merupakan medium yang dijadikan tempat berinteraksi, menyampaikan maklumat dan propaganda, ruangan iklan, mencari rakan lama, bertukar pendapat serta sebagai wadah pembelajaran dan sumber rujukan. Dengan adanya media sosial ini, telah membuka dunia komunikasi dengan lebih luas dan menjimatkan masa. Walau bagaimanapun menurut Adnan (2015) dalam kajiannya bertajuk Peranan Media Massa Memartabatkan Integriti Nasional menyatakan bahawa Media sosial seharusnya digunakan sebaik-baiknya bagi memelihara integriti negara oleh semua pihak yang cintakan Malaysia, jika tidak, kemungkinan besar, pihak kurang bertanggungjawab yang tidak mempunyai integriti penggunaan media sosial akan menyalahgunakannya.

Justeru, dalam keghairahan masyarakat menggunakan media sosial sebagai keperluan hidup, ada juga segelintir masyarakat menyalahgunakannya untuk kepentingan peribadi, merosakkan dan menjatuhkan individu lain, melakukan jenayah siber serta mempermainkan isu keselamatan rakyat dan negara. Perbuatan ini akan mendatangkan kesan negatif, menjejaskan integriti diri dan menyalahi undang undang.

Integriti dalam penggunaan media sosial bermaksud masyarakat ataupun pengguna media sosial menggunakan medium ini secara berhemah dengan mematuhi nilai-nilai moral dan norma masyarakat serta undang-undang negara yang telah termaktub dalam perlembagaan persekutuan. Selain itu, ianya bermaksud masyarakat mengetahui lingkungan dan had dalam mengekspresi dan melontarkan segala pandangan di dalam media sosial.

Maka tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk mengukur skala amalan integriti penyertaan politik golongan muda dalam media sosial dengan mengambil kira empat elemen utama iaitu, 1) mahir media, 2) sumber sahih, 3) penciptaan moral dan 4) tindakan etika. Akhirnya, kajian ini membentuk skala pengukuran amalan integriti penyertaan politik media sosial dalam kalangan golongan muda. Sumbangan skala amalan integriti penyertaan politik ini bukan sahaja kepada pengamal media, malah model ini dijangka akan digunakan oleh penggubal dasar, ahli politik, dan pengkaji yang terlibat secara langsung dengan penyertaan politik terutama di kalangan generasi muda di Malaysia.

PENYERTAAN POLITIK GOLONGAN MUDA DI MEDIA SOSIAL

Kajian terdahulu melaporkan kecenderungan politik golongan muda disalurkan kepada penyertaan politik yang pelbagai, iaitu konvensional (*offline*) (Bahtiar 2018) atau dalam talian (*online*) (Kahne & Bowyer, 2018). Namun, kecenderungan ini dilaporkan tidak konsisten terutama penyertaan politik secara konvensional atau *offline* seperti mengundi ketika pilihan raya (Pilihanraya Umum atau Pilihanraya Kecil), berkempen dan menganggotai pertubuhan parti politik (Rogstad & Vestel, 2011).

Idea ini disokong oleh Mohamad Razali et al. (2016) melaporkan takrifan penyertaan politik konvensional sebagai penglibatan kepada program politik yang menjadi kebiasaan atau rutin sesebuah komuniti seperti pembuangan undi dan berkempen bagi pihak parti politik ketika

pilihanraya. Selain itu, menurut Theocharis & Quintelier (2014) perbuatan memakai lencana, pelekat kenderaan cerminan parti politik, menulis surat kepada ahli politik dan menyertai aktiviti khidmat masyarakat atau kempen anjuran parti politik (Zhang & Chia, 2006) turut dikategorikan sebagai penyertaan politik konvensional.

Takrifan konvensional ini diperluaskan skop kepada tidak konvensional (Eckstein et al., 2013) dengan penggunaan media yang merujuk kepada demonstrasi, protes jalanan dan debat umum yang bertujuan untuk mempengaruhi keputusan kerajaan secara agresif (Marsh, 2008). Dalam konteks penyertaan politik tidak konvensional, pengkaji terdahulu melaporkan fungsi media sebagai platform penyertaan politik golongan muda (Gil de Zúñiga et al., 2012). Inovasi media sosial (Hassan et al., 2013) seperti Facebook (Gustafsson 2012), portal berita (Mohd Sani, 2014) dan Twitter (Bekafigo & McBride, 2013) dilaporkan merangsang kecenderungan politik golongan muda sehingga wujud takrifan penyertaan politik dalam talian (*online political participation*) golongan muda.

Ahmad et al. (2019) menyatakan, kajian yang dijalankan dalam kalangan pelajar universiti di Pakistan menunjukkan majoriti pelajar menggunakan media sosial untuk mendapatkan maklumat dan kesedaran politik. Penyertaan politik pelajar secara atas talian mempengaruhi efikasi politik para pelajar. Tahap penyertaan atau libat sama politik golongan muda dalam media sosial di Australia juga mempunyai perkaitan dengan efikasi politik sendiri seseorang (Chen & Stilinovic, 2020). Kajian mengenai hubungan antara penggunaan media sosial, efikasi politik dan penyertaan politik turut dijalankan di Jordan. Alarqan (2020) menyimpulkan, wujud hubungan langsung antara media sosial, penyertaan politik dan efikasi politik dalam kalangan pelajar di Universiti Al-Bayt, Jordan.

Keating & Melis (2017) mendapati, sebahagian generasi muda Britain tidak menjadikan media sosial untuk tujuan penyertaan politik berbanding untuk tujuan lain. Dalam kelompok tersebut, ada segelintir yang langsung tidak menjadikan media sosial sebagai medium penyertaan politik dalam talian. Penyertaan politik dalam talian juga kurang mendapat respon baik dalam satu kajian di Amerika Syarikat. Generasi muda di Amerika Syarikat melihat media sosial sebagai medium yang tidak banyak membawa kebaikan kepada kesihatan mental. Hanya suku daripada keseluruhan responden menyatakan media sosial mempunyai impak positif kepada amalan demokrasi Amerika Syarikat (Hua, 2021).

Konsep penyertaan politik golongan muda dalam media sosial juga dapat difahami bahawa, kelompok ini mempunyai pelbagai sumber politik yang membolehkan mereka memahami tentang demokrasi dalam masyarakat dan isu-isu politik (Abdulrauf et al., 2015). Malahan, penyertaan politik kini berkembang kepada penggunaan media sosial secara kreatif bagi menunjukkan ekspresi politik seseorang di media sosial (Feng Zhu et al., 2019). Menurut Booth et. al. (2020), menghasilkan kandungan media digital mengenai politik membawa impak yang lebih positif. Hal ini dikaitkan dengan kebangkitan penyertaan golongan muda dalam politik di media sosial ketika kempen pilihan raya Presiden Amerika Syarikat, isu pandemik Covid-19 dan *Black Lives Matter Movement* di negara tersebut.

PERANAN MEDIA SOSIAL DAN PENYERTAAN POLITIK GOLONGAN MUDA

Persekitaran media telah berubah secara drastik dengan perkembangan teknologi komunikasi yang membentuk media sosial sebagai platform komunikasi lebih berkesan berbanding media konvensional (Anduiza et al., 2012). Ciri-cirinya yang mesra pengguna berbanding media konvensional dikatakan memberi pulangan yang positif terhadap kempen politik terutama golongan muda (Gustafsson, 2012).

Kegunaan dan pengaruh medium ini telah menunjukkan bahawa media sosial seperti Facebook, Twitter, Blog dan YouTube mengubah cara individu mencari, mengambil dan berkongsi berita atau maklumat (Picone et al., 2016) berbanding media tradisional. Tambahan pula dengan ciri-ciri interaktif media sosial membolehkan pengguna berkongsi maklumat bersama masyarakat maya dengan mudah (Lee & Ma, 2012). Sebagai contoh, berita tentang protes di Syria, Mesir, Libya dan negara-negara Timur Tengah telah tersebar melalui platform media sosial seperti Twitter dan Facebook. Media sosial menawarkan audio visual interaktif yang membolehkan pengguna memasukkan gambar dan teks, bunyi dan video sekaligus. Walaupun gambar dan video yang diambil menghasilkan gambar dan bunyi kurang berkualiti tetapi masih di terima komuniti maya (Lee & Ma, 2012).

Paling penting, ciri-ciri media sosial yang interaktif dengan penyertaan, keterbukaan, komuniti dan perbualan membolehkan pengguna memberikan pandangan peribadi ke laman web (Chan-Olmsted et al., 2013). Seterusnya, rakan atau pengikut pengguna akan memberi komen dari pandangan peribadi di laman web dan dibaca oleh orang lain. Secara tidak langsung, media sosial membolehkan pengguna untuk menerbitkan pendapat mereka mengenai isu-isu tertentu tanpa menilai fakta dan kesahan (Lee & Ma, 2012). Dengan menggunakan media sosial, golongan muda disajikan dengan penyertaan yang lebih fleksibel dan efektif dalam menyuarakan pandangan dan suara mereka (Yoo & Gil de Zuniga, 2014).

Kajian oleh Saud et al. (2020) turut menjelaskan bahawa media sosial, khususnya *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*, secara terbuka berperanan sebagai platform individu untuk berkongsi pendapat berkaitan hal-hal politik. Maka, ekspresi mereka dalam berkongsi dan mempelajari hal berkaitan pengetahuan politik semakin bertambah serta memberi peluang untuk menyertai politik di negara mereka secara dalam talian. Golongan muda di Nigeria juga didapati menggunakan media sosial secara kerap untuk tujuan penyertaan politik. Selain *Facebook* yang didapati merupakan platform utama, mereka juga menggunakan *Whatsapp*, *Instagram* *Twitter* dan *Yahoo Messenger* sebagai ruang advokasi politik, kempen politik, berkomunikasi dengan ahli politik, perbincangan politik, mendedahkan kepincangan pilihan raya dan lain-lain aktiviti penulisan politik di laman sosial masing-masing (Omotayo & Folorunso, 2020).

Peranan media sosial atau juga dikenali sebagai media baru turut diakui sebagai ruangan utama untuk tujuan libat sama politik dalam kalangan golongan muda di Australia. Ia ternyata menunjukkan peranan penting dalam menggerakkan kesedaran politik sesama golongan tersebut (Chen & Stilinovic, 2020). Selain itu, media sosial juga merupakan satu kaedah untuk mengumpulkan pengikut di alam siber. Menurut Marquat et al. (2020), para pengikut halaman media sosial ahli politik adalah golongan yang terangkum dalam libat sama politik secara dalam talian. Kewujudan halaman media sosial dan pengikutnya boleh menjadi pemangkin kepada penyampaian berita-berita politik terutamanya terhadap golongan muda.

Begitu juga dengan golongan muda Amerika Syarikat. Tinjauan di sana mendapati, tiga daripada empat responden kebiasaannya mendapatkan maklumat berkaitan isu politik semasa daripada platform media sosial dan digital. Hua (2021) mendapati, tiga media sosial utama kegemaran golongan muda ialah *Facebook* (30%), *Instagram* (27%) dan *Twitter* (22%). Towner & Munoz (2016) pula mengkaji tahap kepercayaan dan populariti media sosial dan media tradisional dalam penyampaian maklumat kempen politik pilihan raya presiden Amerika Syarikat. Dapatan kajian menunjukkan kedua-dua golongan “millennium” dan “boomers” lebih cenderung terhadap media tradisional seperti televisyen dalam konteks kesahan maklumat dan mendapat *rating* yang tinggi berbanding kebergantungan terhadap media sosial semata-mata.

Selain itu, media sosial juga menjadi ruangan perkongsian kepada aktivis untuk menggerakkan kempen masing-masing. Boulianne et al. (2020) menjelaskan bahawa kumpulan aktivis perubahan iklim menggunakan media sosial untuk berkongsi pendapat, membincangkan taktik protes dan mengkritik kerajaan dan pihak berkepentingan yang gagal memberi perhatian terhadap isu berkenaan. Media sosial membolehkan mereka menyuarakan isu tersebut selain daripada menarik golongan muda untuk melibatkan diri dalam penyertaan politik di media sosial mereka.

Namun begitu, bagi golongan muda Britain, peranan media sosial dilihat lebih terarah kepada medium sosialisasi berbanding penyertaan politik dalam talian. Keating & Melis (2017) mendapati, media sosial adalah umpama “outlet” sosial bagi sesetengah generasi muda, tetapi ia tidak melibatkan kandungan hal-hal politik bagi mereka yang tidak berminat dengannya.

Selain itu, media sosial juga menyediakan ruang pencarian maklumat yang efektif (Kümpel et al., 2015) tentang krisis politik yang sukar didapati di saluran-saluran media konvensional seperti suratkhbar dan televisyen. Semua maklumat boleh dipaparkan di skrin dalam pelbagai sudut dan gambaran, melalui pelbagai sumber dan menjangkaui sempadan negara dalam masa yang pantas dengan hanya satu klik (Shaheen, 2008).

Kajian yang dijalankan oleh Mohd. Adnan et al. (2012) bahawa berita politik dari media sosial mempunyai hubungan yang signifikan dengan penglibatan politik dalam kalangan orang muda. Melalui kaji selidik dalam talian yang dijalankan dalam kalangan penduduk kelas menengah bandar muda Malaysia berusia antara 21 dan 40 tinggal di Lembah Klang, penyelidik mendapati bahawa media sosial telah memainkan dan akan terus memainkan peranan penting dalam mengubah landskap politik Malaysia, terutamanya apabila sumber berita dilaporkan oleh media arus perdana tidak telus seperti sepatutnya.

Ini turut disokong oleh Dunne, Lawlor & Rowley (2010) yang menggunakan pendekatan kualitatif mendapati golongan muda menganggap berita atau maklumat dalam talian merupakan sumber maklumat yang boleh dipercayai. Golongan muda ini juga merupakan golongan yang aktif dalam komuniti maya. Dengan ciri-ciri interaktif dan multimedia, media sosial dijadikan pilihan pengguna untuk aktif menyatakan, berkongsi maklumat dan pandangan mereka.

PENYERTAAN POLITIK TIDAK BERINTEGRITI GOLONGAN MUDA DI MEDIA SOSIAL

Pada tahun 2011 dilaporkan lebih 770 juta penduduk seluruh dunia melayari media sosial. Jumlah ini semakin meningkat dan Internet World Stats (2017) melaporkan setakat Jun 2017 pengguna

Facebook telah mencecah seramai 1,979,703,530 bilion pengguna seluruh dunia. Pengguna Facebook di Malaysia telah mencapai seramai 10.4 juta pengguna dan 3.5 juta daripada jumlah tersebut merupakan golongan muda yang berumur di antara 18 hingga 24 tahun (Norni, 2013; Subramaniam, 2015).

Media sosial telah menjadi pelengkap kepada media massa dan ia seperti sebatian dan menjadi sebahagian daripada kehidupan golongan muda. Selain itu, media sosial kini telah menjadi medium paling popular dalam kalangan masyarakat terutama golongan muda untuk menjalinkan hubungan dan berinteraksi antara masyarakat di seluruh dunia. Menurut Subramaniam (2015) penggunaan media sosial telah menunjukkan pertumbuhan yang ketara dengan sembilan daripada 20 laman sesawang utama Malaysia adalah laman media sosial. Lima laman sesawang utama di Malaysia ialah laman sesawang Yahoo, Facebook, Google, YouTube dan Blogger. Penggunaan media sosial kini telah meluas dan terutamanya digunakan oleh golongan muda negara ini (Leong, 2015).

Ini membuktikan golongan muda mempunyai tahap pendedahan yang tinggi dalam penggunaan media sosial dalam aktiviti seharian (Muntaen, 2015). Secara umum, kandungan berita dan maklumat di media sosial lebih mudah diperolehi berbanding media konvensional (Ali et al., 2011). Di samping itu, limpahan maklumat tiada batasan dan tapisan menjadikan media sosial adalah media lengkap bagi sebuah negara demokrasi, di mana pemilik media sosial bebas melontarkan pendapat dan diperdebat sehingga kandungan tersebut menjadi viral (Berger & Milkman, 2012).

Memuatnaik atau berkongsi maklumat viral adalah penting kepada golongan muda memperolehi pengikut (*follower*) di media sosial. Rakus untuk menjadi *trending*, golongan muda secara tidak beretika berkongsi berita palsu, memuatnaik status berunsur fitnah dan hasutan serta pos maklumat bagi menimbulkan provokasi. Kajian yang dijalankan oleh Al-Kandari & Hasanen (2012) mendapati penggunaan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube merupakan alat berkesan mendapatkan sokongan. Dengan hanya menghantar pos berbau fitnah, statistik atau fakta palsu dan dalam tempoh beberapa saat, mampu menggandakan bilangan penyokong (Valenzuela, 2013).

Oleh sebab itu, pengurusan integriti dalam perkongsian maklumat perlu dititikberatkan agar maklumat yang disalurkan itu bukan bersifat menghancurkan sesuatu isu, mensensasikan berita, apatah lagi berita palsu (Azizan et al., 2019).

Selain menghantar fakta salah dan palsu (Ferrari, 2018), generasi muda turut dilihat semakin berani mengeluarkan kata-kata kesat, memaki hamun dan mencerca sistem pemerintahan negara dengan niat untuk memberi persepsi negatif terhadap tampuk kepimpinan negara. Reaksi golongan muda sebegini merupakan suatu tindak balas normal kerana golongan muda mempunyai ciri-ciri komuniti iaitu sifat advokasi, solidariti, aktivis dan mudah mendapat sokongan antara satu sama lain (Febriansyah & Muhammad Takiyuddin, 2013). Namun, ianya bertentangan dengan budaya masyarakat di Malaysia yang mengekalkan nilai santun, moral dan beretika diterapkan dalam diri golongan muda (Mohd Fauzi & Mohd Khairul Naim, 2012).

Dinamika politik baharu di Malaysia dengan penyertaan golongan muda melalui media sosial tidak wajar dipandang remeh. Kajian oleh Valenzuela, Arriagada & Scherman (2012) mengenai media sosial dan tingkah laku protes golongan muda menunjukkan bahawa medium media sosial seperti Facebook mempunyai hubungan yang signifikan dan positif dengan penyertaan yang berkaitan dengan aktiviti protes. Penggunaan aktif media sosial memberi

pengaruh kepada penyertaan politik dalam talian yang mana mampu mendorong kepada penyertaan politik luar talian yang lebih agresif (Norris, 2000; Wellman & Haase, 2001).

Tidak hanya di Malaysia, kajian di Fiji juga mendapati berlakunya penggunaan kata-kata kesat, fitnah, penghinaan dan akaun palsu. Perbuatan tidak beretika ini dilakukan dan sudah menjadi kebiasaan dalam kalangan responden yang ditemui (Chandra et. al., 2017). Selain itu, tindakan seperti membuat hantaran di laman media sosial dengan niat gurauan atau lawak terhadap sesuatu isu sensitif, boleh mendatangkan konflik dalam kalangan pengguna media sosial lain. Hal ini berlaku akibat cetek pemahaman dan rasa hormat terhadap etika, moral dan prinsip yang dipegang oleh individu lain (Maitland & Lynch, 2020).

Isu salah guna media sosial boleh menjadi lebih parah apabila berlakunya gangguan secara mental terhadap pihak lain. Padmalosani (2019) mendapati, terdapat golongan muda di India yang cenderung melakukan aktiviti buli siber yang kemudiannya memberi kesan terhadap mangsa sehingga mengalami kemurungan dan rasa ingin membunuh diri. Selain itu, menurutnya lagi, penyaluran maklumat yang salah terutamanya berkaitan isu agama boleh mempengaruhi golongan muda dan menjejaskan integriti negara.

Penyalahgunaan media sosial berlaku tanpa dirancang mahupun disedari disebabkan ketidaktelusan tindakan pengguna media sosial itu sendiri. Malahan, ia boleh menjadi lebih serius apabila menjadi kes jenayah siber akibat kekurangan pengetahuan (Mohamad Ariff et al., 2021). Pengurusan integriti dalam perkongsian maklumat adalah sangat penting di media sosial dengan memastikan ianya adalah sistematik, dinilai secara keseluruhan dan dibangunkan dengan menyalurkan maklumat yang tepat dan benar sahaja. Hal ini mampu mendidik tahap pemikiran berintelektual dan membantu masyarakat menjadi lebih efisien kerana mampu menapis maklumat sebelum berkongsi kepada umum (Azizan et al., 2019).

Bagi menangani masalah penggunaan media sosial secara tidak berintegriti, perlu ada pengukuran yang mantap bagi menjelaskan integriti penyertaan politik. Oleh itu, jika kod moral dapat dihayati dan individu mempunyai ikatan yang kuat dengan nilai dan norma, mereka akan secara sukarela menghadkan kecenderungan melakukan perbuatan yang tidak bermoral (Schlenker et al., 2009).

Dengan mengambil kira aspek budaya di Malaysia, kajian ini membina dimensi-dimensi integriti penyertaan politik yang diadaptasi daripada Skala penggunaan media sosial dan penyertaan politik dalam talian daripada Yang & DeHart (2016) dan turut mengadaptasi skala integriti (*Integrity Scale*) yang dibangunkan oleh Schlenker (2008). Bagi menilai Skala Integriti Penyertaan Politik ini, penjelasan tentangnya dihuraikan secara terperinci di bawah.

METODOLOGI KAJIAN

Pelajar dari empat buah Universiti awam dan swasta telah dipilih secara persampelan rawak mudah. Sebanyak 400 soal selidik telah diedarkan namun 388 sahaja yang berjaya dipulangkan dengan lengkap. Kajian ini menggunakan soal selidik yang dijawab sendiri sebagai cara pengumpulan data. Berdasarkan bilangan responden ($n = 388$) dengan data lengkap dalam kajian ini, saiz sampel ini cukup besar untuk penggunaan SEM (Hair et al., 2014). Sebelum meneruskan ke pengumpulan data akhir, kesahan pakar, pra-ujian dan juga kajian rintis untuk menguji kebolehpercayaan instrumen telah dijalankan untuk memastikan konsistensi soal selidik. Koefisien

kebolehpercayaan Cronbach Alpha untuk semua empat pembolehubah, melebihi 0.70, menunjukkan konsistensi dalaman yang baik (Hair et al., 2014).

Instrumen Kajian

Borang soal selidik yang mengandungi dua bahagian digunakan sebagai instrumen kajian ini. Bahagian A terdiri daripada maklumat umum berkenaan pemboleh ubah demografi iaitu jantina, umur, status, kaum, pendidikan dan penggunaan media sosial. Bahagian B mengandungi skala Integriti Penyertaan Politik yang diadaptasi daripada Skala Penggunaan Media Sosial Dan Penyertaan Politik Dalam Talian oleh Yang & DeHart (2016) dan skala integriti (*Integrity Scale*) yang dibangunkan oleh Schlenker (2008) kemudian diterjemahkan ke dalam Bahasa Melayu. Skala untuk mengukur integriti dan penyertaan politik merupakan skala yang telah pun mantap dan terbukti kebolehpercayaannya kerana digunakan dengan meluas dalam kajian-kajian lepas. Ujian rintis mendapati kebolehpercayaan (cronbach alpha) bagi keempat-empat dimensi skala integriti penyertaan politik - konstruk mahir media, sumber sahih, penciptaan moral dan tindakan etika ialah di antara 0.82 - 0.84. Penggunaan skala yang telah pun mantap sebenarnya membantu dari segi kebolehpercayaan skala tersebut dalam mendapatkan maklumat melalui orang ramai (Babbie, 2013). Skala ini mengandungi 29 item dan diukur menggunakan skala sela tujuh tahap iaitu daripada 1=sangat tidak setuju hingga 7=sangat setuju. Skala pengukuran ini mengukur mahir media, sumber sahih, penciptaan moral dan tindakan etika.

Jadual 1 : Dimensi Integriti Penyertaan Politik dan Cronbach Alpha

Dimensi Integriti Penyertaan Politik	Instrumen Kajian	Definition Operasi	Cronbach Alpha
Mahir Media	Skala penggunaan media sosial dan penyertaan politik dalam talian yang dibangunkan oleh (Yang & DeHart, 2016) dan skala integriti (<i>Integrity Scale</i>) yang dibangunkan oleh Schlenker (2008)	Mahir media merujuk kepada kemahiran pengguna mencari maklumat di media sosial dengan melihat kepada kebenaran dan kejujuran kandungan media yang diperolehi.	0.94
Sumber Sahih	Skala penggunaan media sosial dan penyertaan politik dalam talian yang dibangunkan oleh (Yang & DeHart, 2016) dan skala integriti (<i>Integrity Scale</i>) yang dibangunkan oleh Schlenker (2008)	Sumber sahih merujuk kepada kecekapan mencari maklumat politik sahih yang mempunyai autoriti dari media sosial.	0.90
Penciptaan Moral	Skala penggunaan media sosial dan penyertaan politik dalam talian yang dibangunkan oleh (Yang & DeHart, 2016) dan skala	Penciptaan moral merujuk kepada kemahiran individu untuk menyebarkan maklumat/ berita/ rencana politik yang diperolehi di portal berita arus perdana dan yang tidak mempunyai unsur	0.89

	integriti (<i>Integrity Scale</i>) yang dibangunkan oleh Schlenker (2008)	fitnah/ maklumat palsu/ menimbulkan ketegangan di media sosial	
Tindakan Etika	Skala penggunaan media sosial dan penyertaan politik dalam talian yang dibangunkan oleh (Yang & DeHart, 2016) dan skala integriti (<i>Integrity Scale</i>) yang dibangunkan oleh Schlenker (2008)	Tindakan etika merujuk kepada kemahiran penyertaan politik individu di media sosial dengan tidak melakukan tindakan yang menyalahi etika dan undang-undang seperti memuat naik/ memuat turun video/ foto lucu, menghasut masyarakat di media sosial bagi mewujudkan kekecohan/ kebencian adalah perbuatan keji, Mencuri atau berkongsi data/ maklumat di media sosial, mengugut di media sosial bertujuan mendatangkan kecederaan/ ancaman keselamatan, memaki hamun/ mencerca/ mengeluarkan kata-kata kesat dan melakukan provokasi isu yang berunsur perkauman/ sensitiviti agama.	0.95

Penganalisan Data

Data kajian dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk memerihalkan profil responden kajian dan analisis faktor penerokaan (*Exploratory Factor Analysis – EFA*) berbantuan perisian IBM SPSS 21.0. Penganalisan EFA merupakan asas penting bagi memantapkan pembangunan konstruk (Schumacker & Lomax, 2010). Kegunaan utama EFA ialah untuk mengurangkan bilangan item dan mengesan struktur hubungan antara item yang membentuk dimensi konstruk (Hair et al., 2010). Dalam kajian ini analisis komponen prinsipal (*principal component analysis*) dengan putaran varimax digunakan bagi menentukan jumlah komponen.

Analisis Faktor Pengesahan (*Confirmatory Factor Analysis – CFA*) pula dilaksanakan dengan menggunakan perisian SPSS AMOS 21.0. CFA bertujuan untuk menentukan bilangan item yang dimasukkan ke dalam konstruk selari dengan apa yang dinyatakan dalam teori (Byrne, 2010). Penilaian ketepatan padanan model CFA ditentukan berdasarkan kombinasi sekurang-kurangnya satu *Absolute Fit Indices* dan satu *Incremental Fit Indices* (Hu & Bentler, 1999; Hair et al., 2010) dan *Parsimony Fit Indices* (PFI) (Hair et al., 2010). Ujian ketepatan padanan digunakan untuk menentukan sama ada model yang diuji patut diterima atau ditolak. Walau bagaimanapun tidak terdapat satu peraturan khusus yang dapat menentukan apakah indeks kesepadanan yang perlu dilaporkan bagi sesuatu model (Hooper, Coughlan & Mullen 2008; Hair et al., 2010). Penggunaan tiga atau lebih indeks kesepadanan adalah memadai bagi membuktikan sesebuah model mencapai ketepatan padanan, tanpa perlu melaporkan kesemua indeks ketepatan padanan yang wujud (Hair et al., 2010).

DAPATAN KAJIAN

Profil Demografi responden adalah seperti di Jadual 2. Keseluruhan jumlah sampel kajian adalah seramai 388 responden. Taburan jantina responden kajian adalah 42.5 peratus wanita dan 57.5 peratus lelaki. Hasil kajian juga menunjukkan bahawa responden berumur antara 21 hingga 23

tahun adalah seramai 213 atau 54.9 peratus. Lebih daripada 85 peratus responden sudah berkahwin. Majoriti responden telah mendapat pendidikan di peringkat kolej atau pendidikan tinggi: 2.6 peratus adalah STPM, 3.6 peratus adalah Matrikulasi, 2.6 peratus adalah pra-diploma, dan 59.8 peratus pemegang diploma sementara 32 peratus mempunyai Ijazah Sarjana Muda. Di samping itu, 49.2 peratus responden menggunakan media sosial lebih dari sepuluh kali sehari dan 29.6 peratus daripada responden menggunakannya untuk mengemas kini akaun media sosial selama 1-30 minit.

Jadual 2 : Profil Demografi Responden

Profil	Kekerapan	Peratusan (%)
Jantina		
Lelaki	165	42.5
Perempuan	223	57.5
Umur		
18-20	37	9.5
21-23	213	54.9
24-26	88	22.7
27-29	37	9.5
30-40	13	3.4
Status		
Bujang	338	87.1
Berkahwin	38	9.8
Lain-lain	12	3.1
Agama		
Islam	290	74.7
Christian	39	10.1
Buddha	36	9.3
Hindu	17	4.4
Lain-lain	6	1.5
Kaum		
Melayu	286	73.7
Cina	66	17.0
India	19	4.9
Other	17	4.4
Tahap Pendidikan		
STPM	10	2.6
Matrikulasi	14	3.6
Pra-Diploma	10	2.6
Diploma	232	59.8
Ijazah Sarjana Muda	124	32.0
Institusi Pengajian Tinggi		
UiTM	136	35.1
UTeM	99	25.5
MMU	100	25.8
KUIM	53	13.7
Kekerapan menggunakan media sosial dalam sehari?		
1-2 kali	24	6.2
3-5 kali	80	20.6
6-10 kali	93	24.0
> 10 kali	191	49.2

Masa yang digunakan untuk mengemaskini akaun media sosial?

1-30 minit	115	29.6
31 minit -1 Jam	98	25.3
1 Jam- 2 Jam	85	21.9
> 3 Jam	90	23.2

Analisis Faktor Penerokaan (EFA) integriti penyertaan politik

Skala Pengukuran Integriti Penyertaan Politik dalam media sosial yang diuji terdiri daripada empat konstruk iaitu mahir media, sumber sahih, penciptaan moral dan tindakan etika yang kesemuanya mengandungi 29 item. Nilai *Kaiser-Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO) = 0.942 adalah melebihi nilai > 0.6 untuk memenuhi keperluan kebolehfaktoran (Hair et al., 2010; Pallant, 2007). Manakala nilai *Bartlett's Test* adalah signifikan ($p < .05$). Hal ini menunjukkan bahawa item-item yang digunakan dalam Analisis Faktor Penerokaan kajian ini mempunyai kekuatan inter-korelasi yang baik di antara satu sama lain. Jadual 3 menunjukkan dapatan kebolehfaktoran matriks korelasi konstruk ini.

Jadual 3 : Kebolehfaktoran Matriks Korelasi integriti penyertaan politik

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.942
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	9775.983
	df	528
	sig.	.000

Menurut Hair et al. (2010), item yang mempunyai *factor loading* yang rendah dari 0.50 harus disingkirkan. Dalam kajian ini, kesemua item diterima kerana kerana *factor loading* yang lebih besar dari 0.50 iaitu di antara 0.56 hingga 0.92 (rujuk Jadual 4). Bagi menguji kesahan konvergen, pengkaji menggunakan Purata Ekstraksi Varian (AVE) dan Kebolehpercayaan Komposit (CR). Menurut Hair et al. (2010), nilai AVE haruslah lebih besar dari 0.5 dan CR lebih besar dari 0.7. Berdasarkan keputusan nilai AVE bagi mahir media, sumber sahih, penciptaan moral dan tindakan etika, keempat-empat konstruk ini melebihi 0.5. Nilai kebolehpercayaan bagi keempat-empat pemboleh ubah laten (konstruk) adalah di antara 0.886 hingga 0.954, iaitu lebih besar dari nilai 0.70, menunjukkan Cronbach's Alpha dalam keadaan yang baik. Kesahan diskriminan ialah untuk mengukur satu konstruk dengan konstruk yang lain dan seharusnya tidak mempunyai korelasi yang tinggi. Byren (2010) mencadangkan nilai $r = 0.90$ atau lebih menunjukkan pemboleh ubah tersebut mempunyai korelasi yang tinggi. Oleh kerana dapatan korelasi dalam Jadual 5 menunjukkan nilai di antara 0.712 hingga 0.863, ini bermakna tiada masalah korelasi yang tinggi (*multicollinearity*).

Jadual 4: Kebolehpercayaan dan *Factor loading*

Konstruk / Item Pengukuran items	<i>Factor Loadings</i>	CR	AVE	α
Mahir Media		0.949	0.702	0.940
MM1	.568***			
MM2	.849***			
MM3	.869***			
MM4	.855***			
MM5	.921***			
MM6	.851***			
MM7	.892***			
MM8	.849***			
Sumber Sahih		0.901	0.565	0.901
SS1	.754***			
SS2	.748***			
SS3	.786***			
SS4	.787***			
SS5	.789***			
SS6	.754***			
SS7	.749***			
Penciptaan Moral		0.877	0.507	0.886
PM1	.761***			
PM2	.745***			
PM3	.746***			
PM4	.782***			
PM5	.633***			
PM6	.715***			
PM7	.627***			
Tindakan Etika		0.953	0.745	0.954
TE1	.792***			
TE2	.898***			
TE3	.914***			
TE4	.902***			
TE5	.887***			
TE6	.840***			
TE7	.803***			

*** Pembedat Regresi Piawai (Standardized Regression Weights) signifikan pada tahap .001 (dua hujungan)

Jadual 5 : Matriks korelasi dan akar AVE (ditunjukkan dalam unsur pepenjuru)

Pemboleh ubah Laten (Konstruk)	1	2	3	4
(1) Mahir Media	0.838			
(2) Sumber Sahih	0.800	0.752		
(3) Penciptaan Moral	0.772	0.874	0.712	
(4) Tindakan Etika	0.185	0.345	0.333	0.863
Min	4.133	4.277	4.309	5.255
Sisahan piawai	1.761	1.581	1.728	1.674

** Korelasi signifikan pada tahap 0.001(2 hujungan).

Selain itu, nilai regresi piawai yang tinggi (0.568 hingga 0.921) menunjukkan bahawa semua indikator yang diukur (measured variables) secara signifikan dapat mewakili pemboleh ubah pendam (latent variable - konstruk) mereka.

Analisis Faktor Pengesahan (CFA) Integriti Penyertaan Politik

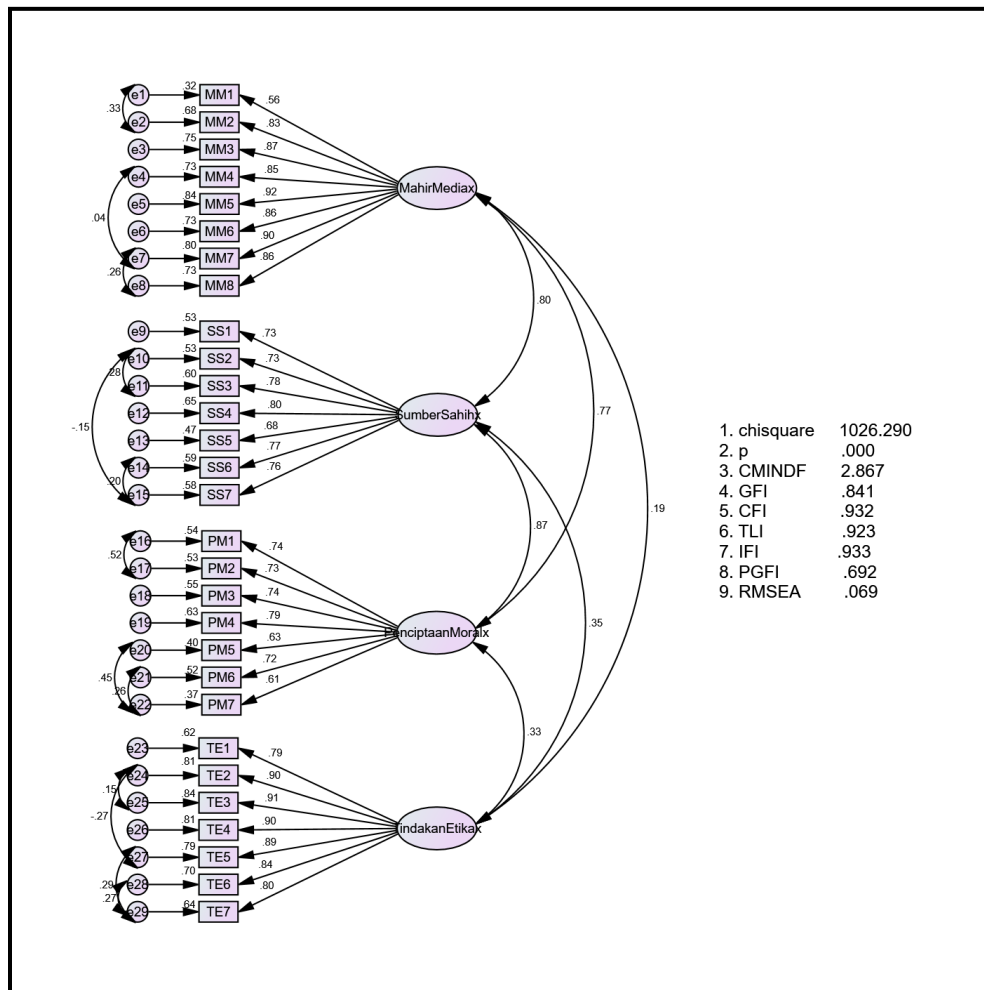
Spesifikasi model melibatkan 29 item, iaitu lapan item bagi mahir media dan masing-masing tujuh item bagi konstruk sumber sahih, penciptaan moral dan tindakan etika. Namun model ini perlu dimodifikasi bagi memperbaiki padanannya agar model ini mewakili data sampel atau data yang sebenar dengan lebih baik. Modifikasi dilakukan dengan merujuk kepada indeks modifikasi. Keputusannya item-item yang mempunyai MI yang tinggi dan korelasi yang tinggi antara dua item dilakukan modifikasi. Berdasarkan Hair et al. (2014), jika korelasi yang tinggi antara dua item, ia boleh digabungkan untuk mendapatkan model padanan. Manakala jika item tidak disokong secara teori, berkorelasi, model perlu diubah suai dengan menyingkirkan item dengan *factor loading* yang lebih rendah daripada dua item (Hair et al. 2014).

Setelah item-item tersebut disingkirkan analisis kedua ke atas model bertambah baik. Model pengukuran dalam Jadual 6 menunjukkan padanan data yang baik dengan lapan petunjuk iaitu (χ^2 , CMINDF, RMSEA, GFI, IFI, TLI, CFI and PGFI). Walau bagaimanapun, Marsh & Hau (1996) mencadangkan nilai Chi-square (χ^2) boleh dibahagikan dengan darjah kebebasan (df = 100) untuk menilai padanan model berbanding menggunakan χ^2 (CMINDF). Jika kiraan statistik CMINDF kurang dari nilai 5, padanan data bagi model faktor pengesahan adalah baik (Marsh & Hau, 1996). CMINDF untuk model pengukuran ini adalah kurang dari nilai 5 (CMINDF = 2.867). Ini menunjukkan model CFA agak baik. Tambahan pula nilai RMSEA adalah 0.068 iaitu lebih rendah dari .08 seperti yang dicadangkan oleh Kline (2010). Koefisien indeks dalam Jadual 6 dan Rajah 1 semuanya lebih besar dari 0.90 menunjukkan padanan model yang baik (Byrne, 2010), dan nilai PGFI lebih besar 0.5 (0.692) yang juga menunjukkan padanan model yang baik dengan data (Hair, et al., 2010). Sembilan belas (19) item telah digabungkan disebabkan nilai indeks modifikasi (M.I) yang tinggi. Rajah 1 menunjukkan Model CFA untuk kajian ini.

Jadual 6 : Deskripsi Analisis Faktor Pengesahan (CFA)

Description	χ^2	CMINDF	RMSEA	GFI	IFI	TLI	CFI	PGFI
Model CFA	1026.290	2.867	0.069	0.841	0.933	0.923	0.932	0.692

Rajah 1: Model Analisis Faktor Pengesahan Integriti Penyertaan Politik



PERBINCANGAN

Dapatan menunjukkan model multi-dimensi skala integriti penyertaan politik telah mencapai ketepatan padanan yang baik dan mencapai kesahan konvergen berdasarkan hubungan yang signifikan pemboleh ubah. Skala ini turut mencapai kesahan diskriminan dan kesahan prediktif yang menyokong ciri-ciri psikometrik versi Bahasa Melayu. Model analisis faktor pengesahan (CFA) dengan kesahan konstruk ini juga memberi gambaran bahawa konstruk mahir media, sumber sah, penciptaan moral dan tindakan etika dalam model integriti penyertaan politik telah sah diuji mewakili konstruk masing-masing.

Maka, penghasilan model ini adalah selari dengan situasi semasa yang memperlihatkan berlakunya penyertaan politik secara meluas di media sosial dalam kalangan generasi muda. Situasi ini dijangka akan berterusan lebih-lebih lagi perkhidmatan jaringan internet semakin maju dan berkembang untuk pelbagai tujuan. Perkembangan ini seharusnya memerlukan nilai integriti

dalam kalangan pengguna media sosial agar penyertaan golongan ini dalam isu-isu politik di media sosial memperlihatkan kematangan dan harmoni. Pelbagai kajian mendapati generasi muda amat sinonim dengan penggunaan media sosial terutamanya dalam isu politik semasa. Perkara ini antaranya dinyatakan oleh Saud et al. (2020) yang menjelaskan, generasi muda di Indonesia menggunakan media sosial sebagai platform untuk mendiskusikan masalah politik dan 'mengambil terpisah' dalam diskusi politik khususnya berkaitan pemilihan umum di Indonesia. Hal ini turut dinyatakan oleh Shiratuddin et. al., (2016) bahawa tiga perkara utama yang menjadi keutamaan pengguna media sosial ialah ekonomi, politik dan isu-isu sosial.

Begitu juga dengan dapatan kajian di Malaysia, kebanyakan pengguna media sosial golongan muda menjadikan media sosial sebagai sumber utama untuk mendapatkan maklumat politik. Malahan, halaman media sosial banyak membantu pengguna mendapatkan sumber maklumat yang berkualiti dan dipercayai (Abdullah et al., 2017). Kajian ini disokong oleh kajian Abdu et al. (2017) yang menyatakan, kualiti maklumat yang baik dan minat terhadap politik, menyumbang kepada penyertaan politik yang memberansangkan oleh golongan muda secara dalam talian.

Saud et al. (2020) turut menjelaskan penggunaan *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*, secara terbuka berperanan sebagai platform individu untuk berkongsi pendapat berkaitan hal-hal politik seperti mana yang dilakukan oleh golongan muda Nigeria yang menjalankan aktiviti penulisan politik di laman sosial masing-masing (Omotayo & Folorunso, 2020). Hal ini jelas memperlihatkan, penggunaan media sosial dalam hal berkaitan politik amat meluas dan diterima pakai secara global.

Dapatan kajian tersebut bersangkutan dan selari dengan dapatan kajian yang berkaitan kepimpinan dan gerakan mahasiswa. Penggunaan media sosial juga merupakan faktor utama yang memberi impak positif kepada penyertaan kepimpinan generasi muda Malaysia (Ekpe, 2017). Maka, dengan erti kata lain, melalui kepimpinan yang diasah melalui penggunaan media sosial yang berintegriti, keadaan ini mampu mewujudkan generasi muda yang matang berpolitik di alam maya. Gerakan sosial oleh Badan Eksekutif Mahasiswa yang merupakan golongan pemimpin pelajar di Indonesia khususnya di Riau juga menggunakan platform media sosial secara meluas. Gerakan ini tertumpu kepada menyuarakan isu-isu akademik, politik, ekonomi, undang-undang, agama dan rasuah (Hanafi & Abd Rahim, 2017).

Penyertaan politik di media sosial secara kreatif bertujuan menunjukkan ekspresi politik seseorang di media sosial (Feng Zhu et al., 2019). Menurut Booth et al. (2020), menghasilkan kandungan media digital mengenai politik membawa impak yang lebih positif. Hal ini dikaitkan dengan kebangkitan penyertaan golongan muda dalam politik di media sosial ketika kempen pilihan raya Presiden Amerika Syarikat, isu pandemik Covid-19 dan *Black Lives Matter Movement* di negara tersebut.

Peningkatan penyertaan politik di media sosial didorong oleh sifat media sosial itu sendiri yang berinteraktif dan menarik (Abdullah et al., 2017). Selain itu, daya tarikan media sosial juga dapat dilihat dengan adanya satira politik yang juga digelar "*memes*" untuk menyampaikan idea dan kritikan secara kreatif terhadap elit politik dan kerajaan. Penyertaan politik seperti ini adalah satu ekspresi terhadap tekanan sosial dan ketidaktentuan situasi politik yang berlaku di Indonesia (Suherman, 2020). Namun di China, pemerintahnya mengenakan sekatan dan tapisan tertentu

terhadap penggunaan media sosial menyebabkan satira politik di negara tersebut tidak menggalakkan seperti di negara-negara lain (Luqiu, 2017).

Terdapat juga dapatan kajian yang bertentangan dengan kebanyakan dapatan kajian mengenai golongan muda, penyertaan politik dan media sosial. Bagi Beaunier & Veneti (2020), kajiannya mendapati, media sosial tidak boleh menjadi penggalak penyertaan politik terhadap golongan muda yang tidak berminat terhadap politik, malahan, unsur-unsur negatif dalam media sosial seperti 'kecaman' mewujudkan jurang kepada orang muda untuk berpartisipasi dalam politik secara dalam talian. Selain itu, kajian Keating & Melis (2017) turut memperihalkan bahawa golongan muda hanya menyertai politik di media sosial sekiranya mereka berminat dengannya. Media sosial secara umumnya tidak memobilisasikan pengguna baru media sosial ke arah ekspresi politik, bahkan, sebahagian golongan muda langsung tidak menggunakan media sosial untuk tujuan penyertaan politik secara maya.

Kajian-kajian ini menjelaskan bahawa, penyertaan politik mendapat perhatian daripada golongan muda di kebanyakan negara, namun tidak dinafikan sebahagian daripada golongan muda masih tidak mampu mengendalikan media sosial masing-masing secara berintegriti. Hal ini dijelaskan oleh Sualman (2021) berkenaan kesalahan penggunaan media sosial yang telah dikenal pasti dan telah didakwa seperti menghasut dan memupuk perasaan benci terhadap kerajaan dan pemimpin, menghina institusi raja dalam bentuk penulisan, grafik ilustrasi, audio dan video serta menyebarkan maklumat palsu yang boleh menggugat keselamatan dan ketenteraman negara. Statistik menunjukkan 48 pertuduhan penyalahgunaan media sosial telah difailkan di mahkamah bagi tempoh Januari hingga September 2020. Angka tersebut meningkat sebanyak 66% lebih tinggi berbanding tahun 2019 (SKMM, 2020). Kes-kes ini tidak termasuk kes yang tidak dilaporkan serta tatacara yang tidak menjurus kepada jenayah tetapi menyalahi integriti yang berlaku setiap hari dalam pelbagai bentuk di media sosial.

KESIMPULAN

Seperti yang dinyatakan dalam pelbagai kajian terdahulu, golongan muda merupakan kelompok yang paling ramai menggunakan media sosial bagi pelbagai tujuan termasuklah penyertaan politik. Penggunaan media sosial juga dikatakan bertujuan untuk menggalakkan golongan muda terlibat dengan politik (Pap et al., 2018) secara maya disebabkan potensi pendedahan yang amat tinggi terhadap mereka. Hal ini merupakan suatu alternatif berbanding penyertaan politik konvensional yang telah wujud sejak sekian lama seperti menyertai pilihan raya, protes, demonstrasi jalanan ataupun menyertai gerakan kumpulan-kumpulan politik tertentu. Media sosial juga adalah medium yang mempengaruhi tahap pengetahuan seseorang terhadap politik dan efikasi politik. Penyertaan politik media sosial lebih tertumpu kepada perkongsian idea, komen, ulasan dan penulisan yang berbaur sentimen politik. Terdapat juga penyertaan politik yang bersifat kreatif seperti penghasilan karya seni seperti kartun dan grafik yang berunsurkan satira. Gaya ini dilihat lebih santai dan mempunyai elemen humor untuk mengketengahkan isu semasa dan kritikan sosial.

Antara faktor penyertaan golongan muda dalam politik di media sosial adalah disebabkan faktor ketidaktentuan suhu politik itu sendiri yang mendorong seseorang untuk mengikuti isu politik semasa yang dijadikan keutamaan. Perkembangan politik yang dinamik juga mempengaruhi individu untuk kerap mencari maklumat berkaitan isu politik negara. Selain itu,

faktor desakan hidup, tekanan sosial dan keinginan untuk meluapkannya turut menyebabkan semakin ramai yang mengeluarkan ulasan dan komen politik di media sosial untuk dikongsi mahupun ditujukan kepada para penguasa.

Kewujudan pelbagai laman berita sering dikongsi di media sosial sebagai bahan bacaan atau subjek perbincangan sesama kenalan. Isu-isu semasa khususnya politik negara adalah antara topik hangat yang sering mendapat perhatian. Namun begitu isu integriti sering membelenggu penyertaan politik golongan muda di media sosial. Kandungan penulisan atau grafik yang dimuat naik sebahagiannya memperlihatkan unsur-unsur negatif yang tidak wajar dibiarkan berlarutan. Perbezaan pandangan, ideologi, pendirian dan wadah politik yang pelbagai dilihat antara punca utama kepada berlakunya ketirisan integriti semasa mengendalikan media sosial. Unsur-unsur negatif seperti penghinaan, penyebaran berita palsu, penggunaan bahasa kesat, fitnah, penipuan dan penggunaan akaun palsu adalah perkara biasa yang disajikan oleh pengguna media sosial. Hal ini memperlihatkan kurangnya kematangan dan kesedaran dalam diri segelintir pengguna media sosial pada masa kini dalam memastikan nilai integriti, etika dan moral dipraktikkan walaupun berada di alam maya.

Justeru, fokus utama kajian ini adalah untuk mengenal pasti ciri-ciri psikometrik iaitu aspek kesahan dan kebolehpercayaan skala integriti penyertaan politik dalam media sosial yang diadaptasi daripada skala penggunaan media sosial dan penyertaan politik dalam talian yang dibangunkan oleh Yang & DeHart (2016) dan Skala integriti yang dibangunkan oleh Schlenker (2008). Keperluan untuk menterjemah skala ini ke dalam Bahasa Melayu adalah bagi membuka ruang kajian untuk memahami dan mengukur tahap integriti penyertaan politik dalam kalangan masyarakat Malaysia. Hal ini perlu dilaksanakan kerana pengukuran integriti penyertaan politik dalam media sosial masih kurang dilaksanakan di negara Malaysia.

PENGHARGAAN

Penerbitan makalah ini dibiayai ‘Skim Geran Penyelidikan Fundamental’ (FRGS/1/2020/SS0/KUIM/03/1)

RUJUKAN

- Abdu, S. D., Mohamad, B., & Muda, S. (2017). Youth Online Political Participation: The Role of Facebook Use, Interactivity, Quality Information and Political Interest. *SHS Web of Conferences*, 33-43.
- Abdullah, N. H., Hassan, I., Ahmad, M. F., Hassan, N. A., & Ismail, M. M. (2021). Social Media, Youths and Political Participation in Malaysia: A Review of Literature. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(4), 845-857.
- Abdulrauf A. A., Abdul Hamid, N., & Ishak, M. S. (2015). Social Media and Youth Online Political Participation: Perspectives on Cognitive Engagement. *New Media and Mass Communication*, 44, 4-15.
- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. (2019). The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan. *SAGE Open*, 9 (3) 1-9

- Alarqan, A., (2020). Impact of Social Media and Political Participation on Political Efficacy of Political Science Students of Al al-Bayt University. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(8), 295-307.
- Ali, S., Ibrahim, F., Mohd Yusof, H. A., Normah, M., & Maizatul Haizan, M. (2011). The impact of new media on traditional mainstream mass media. *Innovation Journal*, 16(3), 2–11.
- Al-Kandari, A., & Hasanen, M. (2012). The impact of the Internet on political attitudes in Kuwait and Egypt. *Telematics and Informatics*, 29(3), 245–253.
- Anduiza, E., Gallego, A., & Jorba, L. (2012). Internet Use and the Political Knowledge Gap in Spain. *Revista Internacional de Sociología*, 70, 129–151.
- Azizan, I. S., Ramli, S. I., & Ismail, J. (2019). Integriti Pengguna Media Sosial. *Voice of Academia*, Volume 15, 32-44.
- Babbie, E. (2013). *The Practice of Social Research* (13th ed.). Wadsworth, Cengage Learning.
- Bahtiar, M., Shamsu, A. D., & Haslina, H. (2018). Youth offline political participation: Trends and role of social media. *Jurnal Komunikasi*, 34(3), 192–207.
- Beaunier, J. and Veneti, A., (2020). Social Media and Political Participation Among British Youth. *Journal of promotional communications*, 8(1), 67-85.
- Bekafigo, M. A., & McBride, A. (2013). Who Tweets About Politics?: Political Participation of Twitter Users During the 2011 Gubernatorial Elections. *Social Science Computer Review*, 31(5), 625–643.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205.
- Booth, R. B., Tombaugh, E., Kiesa, A., Lundberg, K., & Cohen, A. (2020). Young People Turn to Online Political Engagement During COVID-19. *Centre for Information and Research on Civic Learning and Angagement*. <https://circle.tufts.edu/latest-research/young-people-turn-online-political-engagement-during-covid-19>. 20 Oktober.
- Boulianne, S., Lalancette, M., & Ilkiw, D. (2020). School Strike 4 Climate”: Social Media and the International Youth Protest on Climate Change. *Cogitatio*. Vol. 8 DOI: <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2768>.
- Chandra, K., Singh, N. K., Gounder, S., Verma, R., Mudliar, S. S.. (2017). The Unethical Practices on Social Media. *IOSR Journal of Humanities And Social Science*, Volume 22, Issue 7. 46-54.
- Chan-Olmsted, S. M., Moonhee, C., & Sangwon, L. (2013). User Perceptions of Social Media: A Comparative Study of Perceived Characteristics and User Profiles by Social Media. *Online Journal of Communication & Media Technologies*, 3(4), 149–178.
- Charles Hua. (2021). Youth Skepticism Toward Social Media in Politics. *Harvard Political Review*. 3 May. <https://harvardpolitics.com/youth-skepticism-media/>.
- Chen, P. J., & Stilinovic, M. (2020). New Media and Youth Political Engagement. *Journal of Applied Youth Studies*, 1–14. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s43151-020-00003-7>.
- Dunne, Á., Lawlor, M., & Rowley, J. (2010). Young people’s use of online social networking sites – a uses and gratifications perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(1), 46–58.
- Eckstein, K., Noack, P., & Gniewosz, B. (2013). Predictors of intentions to participate in politics and actual political behaviors in young adulthood. *International Journal of Behavioral*

- Development*, 37(5), 428–435.
- Ekpe, I. (2017). Factors Impacting on Youth's Leadership Participation in Malaysia: Social Media, Social Groups or Government Policies? *Polish Journal Of Management Studies*, Vol.16 No.1. 21-31.
- Febriansyah, M., & Muhammad Takiyuddin, I. (2013). Partisipasi Anak Muda Dalam Politik Baru Di Malaysia. In *Simposium Kebudayaan Indonesia Malaysia (SKIM)*.
- Feng Zhu, A. Y., Shing Chan, A. L., Chou, K. L. (2019). Creative social media use and political participation in young people: The moderation and mediation role of online political expression. *Journal of Adolescence*, Volume 77, 108-117. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.10.010>.
- Ferrari, E. (2018). Fake accounts, real activism: Political faking and user-generated satire as activist intervention. *New Media and Society*, 20(6), 2208–2223.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336.
- Gustafsson, N. (2012). The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation. *New Media & Society*, 14(7), 1111–1127.
- Gustafsson, N. (2012). The subtle nature of Facebook politics: Swedish social network site users and political participation. *New Media & Society*, 14(7), 1111–1127.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited.
- Hanafî, K., & Abd Rahim, M., H. (2017). Penggunaan Media Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Gerakan Sosial oleh Pemimpin Pelajar Universiti di Bandar Pekan Baru, Riau, Indonesia. *E-Bangji Journal of Social Science and Humanities*, 87-101.
- Hashim, M. A., Mahpuz, M., Khan, N. A., & Daud, N. M. (2012). Investigating the use of Social Media Among the Young Urban Middle Class in Malaysian politics, and its potential role in changing the Nation's political landscape. *Advances in Natural and Applied Sciences*, 6(8), 1245–1251.
- Hassan, M. S., Sah Allam, S. N., Mohd Azni, Z., & Khamis, M. H. (2013). Social media and political participation among young people. *Jurnal Sains Sosial*, 1(1), 95–114.
- Herman, B. D. (2011). New media law and policy. *New Media & Society*, 13(2), 350–356.
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2018). The political significance of social media activity and social networks. *Political Communication*, 00(00), 1–24.
- Keating, A., & Melis, G. (2017). Social media and youth political engagement: Preaching to the converted or providing a new voice for youth? *The British Journal of Politics and International Relations*, 19(4), 877–894.
- Kümpel, A. S., Karnowski, V., & Keyling, T. (2015). News Sharing in Social Media: A Review of Current Research on News Sharing Users, Content, and Networks. *Social Media + Society*, 1(2), 1–14.
- Lee, C. S., & Ma, L. (2012). News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 331–339.
- Leong, P. (2015). Political Communication in Malaysia: A Study on the Use of New Media in Politics. *JeDEM*, 7(1), 46–71.
- Lunnay, B., Borlagdan, J., McNaughton, D., & Ward, P. (2015). Ethical use of social media to

- facilitate qualitative research. *Qualitative Health Research*, 25(1), 99–109.
- Luqiu, L. R. (2017). The Cost of Humour: Political Satire on Social Media and Censorship in China. *Global Media and Communication*, 13(2), 123–138. <https://doi.org/10.1177/1742766517704471>.
- Maitland, N., & Lynch, J. (February 5th 2020). Social Media, Ethics and the Privacy Paradox, Security and Privacy from a Legal, Ethical, and Technical Perspective, Christos Kalloniatis and Carlos Travieso-Gonzalez, IntechOpen, DOI: 10.5772/intechopen.90906. Available from: <https://www.intechopen.com/books/security-and-privacy-from-a-legal-ethical-and-technical-perspective/social-media-ethics-and-the-privacy-paradox>.
- Marquart, F., Ohme, J., & Möller, J. (2020). Following Politicians on Social Media: Effects for Political Information, Peer Communication, and Youth Engagement. *Cogitatio*, <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2764>.
- Marsh, D. (2008). New forms of political participation: searching for expert citizens and everyday makers. *B.J.Pol.S*, 38(1), 247–272. <https://doi.org/10.1017/S0007123408000136>
- Mohamad Ariff, N. Z. Z., Ahmad Kassim, N., Mohd. Shoid, M. S., & Baharuddin, K. (2021). Ethics and Integrity in Social Media. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(5), 310– 318.
- Mohamad Razali, M., Boyman, S. N., Hussin, N. I. & Wan Mohd Nor, W. A. (2016). Penglibatan politik belia: Satu analisis penyertaan konvensional di Malaysia. *Jurnal Perspektif*, 2(8), 70–78.
- Mohd Fauzi, H., & Mohd Khairul Naim, C. N. (2012). Tinjauan kepentingan pembangunan modal insan di Malaysia (Review on the importance of human capital development in Malaysia). *Jurnal Al-Tamaddun*, 7(1), 75–89.
- Mohd Hamdan, H. A. (2015). Peranan media massa memartabatkan integriti nasional. *Jurnal Komunikasi Borneo*, 2, 57–74.
- Mohd Sani, M. A. (2014). The social media election in Malaysia: The 13th general election in 2013. *Kajian Malaysia*, 32(March 2008), 123–147.
- Muntaen, A. (2015). *The impact of Social Media use of political participation* (Issue August). Aarhus University.
- Norni, M. (2013). *13.3 million M'sians are Facebook users*. Borneo Post. <http://www.theborneopost.com/2013/06/16/13-3-million-msians-are-facebook-users/>
- Norris, P. (2000). The worldwide digital divide: Information poverty, the Internet and development. In *Annual Meeting of the Political Studies Association of the UK, London School of Economics and Political Science*.
- Omotayo, F. O., & Folorunso, M. B. (2020). Use of Social Media for Political Participation by Youths in Oyo State, Nigeria. *Journal of eDemocracy*, 12(1), 132-157. DOI: 10.29379/jedem.v12i1.585.
- Padmalosani, P. U. R. (2019). Impact of Social Media on Youth. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, 8, 786-787. DOI: 10.35940/ijitee.K1138.09811S19.
- Pap, A., Ham, M. & Bilandžić, K. (2018). Does Social Media Usage Influence Youth's Interest in Politics? *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, 4 (5), 84-90.
- Picone, I., De Wolf, R., & Robijt, S. (2016). Who Shares What with Whom and Why?: News sharing profiles amongst Flemish news users. *Digital Journalism*, 4(7), 921–932.

- Rogstad, J., & Vestel, V. (2011). The Art of Articulation: Political Engagement and Social Movements in the Making among Young Adults in Multicultural Settings in Norway. *Social Movement Studies*, 10(3), 243–264.
- Saud, M., el Hariri, D. B., & Ashfaq, A. (2020). The Role Of Social Media In Promoting Political Participation: The Lebanon Experience. *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Vol. 3 <https://e-journal.unair.ac.id/MKP/article/view/19054>.
- Saud, M., Ida, R., Abbas, A., Ashfaq, A. & Ahmad, A. R. (2020). Media Sosial dan Digitalisasi Partisipasi Politik pada Generasi Muda: Perspektif Indonesia. *Jurnal Society*. 8 (1), 87-97.
- Schlenker, B. R. (2008). Integrity and Character: Implications of Principled and Expedient Ethical Ideologies. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 27(10), 1078–1125.
- Schlenker, B. R., Miller, M. L., & Johnson, R. M. (2009). Moral identity, integrity, and personal responsibility. In *Personality, identity, and character: Explorations in moral psychology* (pp. 316–340). Cambridge University Press.
- Shaheen, M. (2008). Use of social networks and information seeking behavior of students during political crises in Pakistan: A case study. *The International Information Library Review*, 40(3), 142–147.
- Shiratuddin, N., Hassan, S., Ahmad, M. K., & Abd Rahman, N. L. (2016). Youth and Media Participation: Key Issues Of Concern. *International Journal of Management and Applied Science*, 2 (2), 29-32.
- Sualman, I., (2021). Malaysia Obses Media Sosial. *Sinar Harian*. 22 Julai. <https://www.sinarharian.com.my/article/27675/KOLUMNIS/Malaysia-obses-media-sosial>.
Salah Guna Media Sosial: 48 Kes Didakwa di Mahkamah Setakat Suku Ketiga 2020. 11 November (2020). *Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia*. <https://www.mcmc.gov.my/en/media/press-releases/salah-guna-media-sosial-48-kes-didakwa-di-mahkamah>.
- Subramaniam, B. (2015). *On the social media circuit*. The Star Online. <http://www.thestar.com.my/News/Education/2014/01/05/On-the-social-media-circuit/>
- Suherman, A. (2020). Users Perception of Social Media on Political Satire in Political Memes in Indonesia. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(08), 523 - 530. Retrieved from <http://sersec.org/journals/index.php/IJAST/article/view/18771>.
- Theocharis, Y., & Quintelier, E. (2014). Stimulating citizenship or expanding entertainment? The effect of Facebook on adolescent participation. *New Media & Society*, 1, 1–20.
- Towner, T., & Munoz, C. L. (2016). Boomers versus Millennials: Online Media Influence on Media Performance and Candidate Evaluations. *Soc. Sci.* 5(4), 56. <https://doi.org/10.3390/socsci5040056>.
- University, S. H. (2014). *How to: Use Social Media for Recruiting*. Sheffield Hallam University. <http://mashable.com/2011/06/11/social-media-recruiting/>
- Valenzuela, S. (2013). Unpacking the Use of Social Media for Protest Behavior: The Roles of Information, Opinion Expression, and Activism. *American Behavioral Scientist*, 57(7), 920–942.
- Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: the case of Chile. *Journal of Communication*, 62(2), 299–314.
- Wellman, B., & Haase, A. (2001). Does the internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American Behavioral*

Scientist, 45(3), 436–455.

- Yang, H. C. “Chris,” & DeHart, J. L. (2016). Social Media Use and Online Political Participation Among College Students During the US Election 2012. *Social Media + Society*, 1(1), 1–18.
- Yoo, S. W., & Gil de Zuniga, H. (2014). Connecting blog, Twitter and Facebook use with gaps in knowledge and participation. *Communication and Society*, 27(4), 33–48.
- Zhang, W., & Chia, S. C. (2006). The Effects of Mass Media Use and Social Capital on Civic and Political Participation. *Communication Studies*, 57(3), 277–297.

MAKLUMAT PENULIS

DR. MOHD SUFIEAN HASSAN (Pengarang Koresponden)

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media
Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka
78000, Alor Gajah, Melaka
mohdsufiean@uitm.edu.my

SITI NURSHAHIDAH SAH ALLAM

Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media
Universiti Teknologi MARA Cawangan Melaka
78000, Alor Gajah, Melaka
shahidah321@uitm.edu.my

ABD. AZIZ A’ZMI

Pusat Asasi dan Pengajian Umum
Kolej Universiti Islam Melaka
78200, Alor Gajah Melaka
abdaziz@kuim.edu.my

DR. RIZKY HAFIZ CHANIAGO

Fakulti Bahasa dan Komunikasi
Universiti Pendidikan Sultan Idris
35900 Tanjong Malim, Perak
rizky@fbk.upsi.edu.my