

## Integrasi Model Penjelasan Kebarangkalian (ELM) melalui Peranan Media dan NGO sebagai Wadah Pembentukan Kesedaran Sosial terhadap Isu OKU di Malaysia

HAZLIN FALINA ROSLI\*  
MAIZATUL HAIZAN MAHBOB  
*Universiti Kebangsaan Malaysia*

### ABSTRAK

Kajian ini meneliti peranan media dan pertubuhan bukan kerajaan (NGO) dalam membentuk kesedaran sosial masyarakat terhadap hak Orang Kurang Upaya (OKU) di Malaysia melalui Model Penjelasan Kebarangkalian (Elaboration Likelihood Model, ELM). Kajian tinjauan melibatkan 496 responden di Lembah Klang telah dijalankan. Dapatan menunjukkan tahap kesedaran sosial berada pada paras sederhana, dengan pengaruh persekitaran individu mencatatkan min tertinggi ( $M = 5.14$ ,  $SP = 1.29$ ), diikuti oleh NGO ( $M = 4.65$ ,  $SP = 1.31$ ) dan bahan bacaan (media) ( $M = 4.23$ ,  $SP = 1.26$ ). Analisis regresi berganda mendapati media sebagai sumber maklumat dan pendidikan menerangkan secara signifikan 41.4% varians kesedaran sosial ( $F(2, 493) = 174.078$ ,  $p < .05$ ). Namun, pengaruh media terhadap perubahan sikap sementara didapati tidak signifikan ( $\beta = -0.032$ ,  $p > .05$ ). Sebaliknya, peranan NGO secara signifikan meramalkan perubahan sikap kekal dengan menerangkan 10.8% varians ( $R^2 = .108$ ,  $\beta = .341$ ,  $t = 7.747$ ,  $p < .05$ ). Dapatan ini menunjukkan mesej media kebanyakannya diproses melalui laluan periferi, manakala penglibatan berasaskan NGO mencetuskan pemprosesan laluan pusat yang membawa kepada perubahan sikap lebih stabil. Kajian ini menegaskan keperluan memperkukuh kerjasama antara media dan NGO serta merangka strategi komunikasi yang lebih inklusif dan persuasif bagi meningkatkan kesedaran jangka panjang terhadap hak OKU. Implikasi daripada kajian ini menunjukkan bahawa media kurang berperanan dalam menyiarkan maklumat mengenai isu OKU kepada masyarakat, yang seterusnya mempengaruhi tahap kesedaran sosial dan penerimaan masyarakat terhadap golongan ini. Kajian ini juga mencadangkan perlunya penambahbaikan peranan media dan NGO dalam meningkatkan kesedaran sosial dan memupuk sikap lebih positif terhadap OKU.

**Kata kunci:** *NGO, media, OKU, kesedaran sosial, Elaboration Likelihood Model (ELM).*

## The Integration of the Elaboration Likelihood Model (ELM) through the Roles of Media and NGOs as a Platform for Shaping Social Awareness on Disability (OKU) Issues in Malaysia

### ABSTRACT

This study examines the roles of the media and non-governmental organisations (NGOs) in shaping public social awareness of the rights of Persons with Disabilities (PWDs) in Malaysia through the Elaboration Likelihood Model (ELM). A survey involving 496 respondents in the Klang Valley was conducted. The findings indicate that social awareness remains at a moderate level, with the individual environment exerting the strongest influence ( $M = 5.14$ ,  $SD = 1.29$ ), followed by NGOs ( $M = 4.65$ ,  $SD = 1.31$ ) and reading materials ( $M = 4.23$ ,  $SD = 1.26$ ). Multiple regression analysis shows that the media,

\*Penulis koresponden: hazlinfalina@uis.edu.my

E-ISSN: 2289-1528

<https://doi.org/10.17576/JKMJC-2025-4104-20>

Diterima: 12 Oktober 2025 | Diperakukan: 11 Disember 2025 | Diterbitkan: 12 Disember 2025

as a source of information and education, significantly explain 41.4% of the variance in social awareness ( $F(2,493) = 174.078, p < .05$ ). However, the media's influence on transient attitude change was not significant ( $\beta = -0.032, p > .05$ ). In contrast, NGOs significantly predicted permanent attitude change, accounting for 10.8% of the variance ( $R^2 = .108, \beta = .341, t = 7.747, p < .05$ ). These findings suggest that media messages are predominantly processed through peripheral cues, whereas NGO-driven engagement triggers central-route processing that yields more stable attitudinal shifts. The study highlights the need to strengthen media-NGO collaboration and to design more inclusive and persuasive communication strategies to enhance long-term public awareness of PWD rights. The implications further reveal that the media play a limited role in disseminating disability-related information, thereby affecting public awareness and societal acceptance of PWDs. Accordingly, the study recommends improving both media and NGO roles in promoting social awareness and fostering more positive attitudes toward the PWD community.

**Keywords:** *NGOs, media, PWD, social awareness, Elaboration Likelihood Model (ELM).*

## PENGENALAN

Kesedaran masyarakat terhadap isu Orang Kurang Upaya (OKU) merupakan salah satu indikator penting dalam menilai tahap inklusiviti sesebuah negara. Menurut Jabatan Kebajikan Masyarakat (JKM), jumlah pendaftaran OKU di Malaysia meningkat secara konsisten, dengan lebih 600,000 individu berdaftar pada tahun 2022. Namun, angka ini dijangka lebih rendah daripada jumlah sebenar kerana masih ramai individu OKU yang belum mendaftar secara rasmi. Keadaan ini menimbulkan persoalan tentang tahap kesedaran masyarakat terhadap hak, keperluan, dan peranan komuniti OKU dalam kehidupan bermasyarakat.

Media mempunyai pengaruh besar dalam membentuk kefahaman awam mengenai OKU. Sebagai saluran maklumat utama, media berupaya mencipta naratif tertentu sama ada mengukuhkan stigma atau mempromosikan pemahaman inklusif. Dalam konteks Malaysia, beberapa kajian mendapati liputan media mengenai OKU masih terikat dengan kerangka stereotaip yang menekankan simpati, belas kasihan, atau kejayaan luar biasa semata-mata (Yaakup, 2024; Sama & Mohd Ali, 2022). Walaupun pendekatan ini berjaya menarik perhatian khalayak, ia sering gagal membina kefahaman mendalam yang berupaya mengubah sikap jangka panjang.

Perkembangan teknologi digital telah membuka ruang baharu kepada komuniti OKU untuk mengawal representasi diri mereka. Platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok membolehkan naratif alternatif dikongsi secara langsung tanpa bergantung kepada media arus perdana (Bitman, 2023). Fenomena ini bukan sahaja memberi kuasa kepada komuniti OKU untuk menentang stereotaip, tetapi juga memperlihatkan bagaimana media sosial boleh menjadi medium advokasi yang berkesan. Walau bagaimanapun, tidak semua mesej dalam media digital diproses secara mendalam; banyak daripadanya bergantung kepada daya tarikan emosi atau visual semata-mata.

Dalam konteks teori komunikasi, Elaboration Likelihood Model (ELM) yang diperkenalkan oleh Petty dan Cacioppo (1986) memberi kerangka yang relevan untuk memahami bagaimana mesej media diproses oleh khalayak. Model ini menjelaskan bahawa terdapat dua laluan utama pemrosesan mesej: laluan pusat, yang melibatkan penilaian kritikal dan mendalam; dan laluan periferi, yang bergantung pada isyarat luaran seperti emosi atau kredibiliti sumber. Kajian semasa menegaskan bahawa mesej yang menggabungkan kedua-dua laluan lebih berkesan dalam menghasilkan perubahan sikap yang berkekalan (Mardhatilah et al., 2023; Spörl-Wang et al., 2025).

Walaupun terdapat banyak kajian antarabangsa mengenai representasi OKU dalam media, namun kajian dalam konteks Malaysia masih terhad. Kebanyakan kajian menumpukan kepada analisis kandungan (Yaakup, 2024; Ismail et al., 2022) atau persepsi masyarakat secara umum (Ibnu et al., 2021), tetapi kurang memberi perhatian kepada mekanisme bagaimana mesej tersebut diproses oleh khalayak. Kajian mengenai hubungan antara media, teori ELM, dan perubahan sikap masyarakat terhadap OKU masih jarang dijalankan. Jurang inilah yang cuba ditutup oleh kajian ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, kajian ini bertujuan menilai bagaimana media dan teori ELM boleh membantu meningkatkan kesedaran masyarakat Malaysia terhadap isu OKU. Secara khusus, kajian ini berhasrat :

1. Menilai tahap kesedaran masyarakat mengenai isu kesamarataan hak OKU.
2. Menganalisis sejauh mana media dan NGO mempengaruhi kesedaran sosial masyarakat terhadap OKU sama ada secara kekal atau sementara.

Kajian ini diharapkan dapat memberi sumbangan penting kepada kajian tempatan dengan memperkukuh pemahaman tentang peranan media dalam membentuk kesedaran sosial. Dari segi praktikal, hasil kajian ini boleh dijadikan panduan kepada pengamal media, NGO, dan pembuat dasar untuk merangka strategi komunikasi yang lebih inklusif, progresif, dan berkesan dalam membina masyarakat Malaysia yang benar-benar menghargai kepelbagaian.

## SOROTAN LITERATUR

### *Media dan Kesedaran Sosial*

Peranan media dalam membentuk kesedaran sosial telah menjadi tumpuan banyak sarjana sejak beberapa dekad lalu, dan perbincangan ini terus berkembang dengan kemunculan media digital. Media bukan sahaja berfungsi sebagai penyampai maklumat, tetapi juga bertindak sebagai agen sosialisasi yang berupaya mengubah norma, nilai, dan sikap dalam masyarakat (Ellis & Goggin, 2020). Dalam konteks komuniti Orang Kurang Upaya (OKU), media memainkan peranan penting sama ada memperkukuh stereotaip yang sedia ada atau sebaliknya membuka ruang bagi naratif yang lebih inklusif dan progresif.

Di Malaysia, beberapa kajian mendapati liputan media terhadap OKU masih terikat dengan kerangka simpati dan belas kasihan. Sama dan Mohd Ali (2022) dalam analisis mereka terhadap media akhbar mendapati bahawa laporan mengenai OKU lebih cenderung menekankan sisi penderitaan atau kesengsaraan berbanding memberi penekanan kepada keupayaan dan pencapaian sebenar. Hal ini menunjukkan bagaimana mesej media sering diproses oleh khalayak melalui laluan periferi yang bersifat emosi, sekali gus menghasilkan kesedaran yang bersifat sementara.

Media telah lama dianggap sebagai agen perubahan sosial. Oliver (1990) dan Shakespeare (2006) menekankan bahawa media berfungsi bukan sahaja menyampaikan maklumat, tetapi juga menentukan bagaimana sesuatu kelompok dipersepsikan oleh masyarakat. Pandangan ini membentuk asas kepada kajian-kajian kontemporari yang melihat media sebagai instrumen penting dalam advokasi hak OKU.

Kajian antarabangsa menegaskan bahawa media berfungsi sebagai agen utama dalam membentuk sikap masyarakat terhadap komuniti rentan. Misalnya, Barnes (1992) dalam kajian klasik di UK menunjukkan bahawa media cenderung menggambarkan OKU melalui lensa simpati dan ketidakupayaan. Walaupun kajian ini agak lama, ia masih relevan kerana

stereotaip yang sama terus dikesan dalam kajian lebih baharu (Haller, 2010; Ellis & Goggin, 2020).

Di Australia, Ellis dan Goggin (2020) mendapati bahawa walaupun terdapat usaha memperkenalkan dasar aksesibiliti media, komuniti OKU masih merasakan suara mereka kurang diberi ruang dalam naratif media arus perdana. Kajian di Amerika Syarikat oleh Haller (2010) pula menekankan bahawa perubahan ke arah representasi yang lebih progresif hanya berlaku apabila komuniti OKU sendiri diberi peluang mengawal penghasilan naratif, contohnya melalui dokumentari dan media bebas.

Tambahan ini selari dengan konteks Malaysia, di mana media sosial mula digunakan oleh komuniti OKU untuk membina identiti alternatif (Bitman, 2023). Perbandingan ini menunjukkan bahawa cabaran representasi OKU bersifat global, tetapi tahap keterlibatan dan agensi komuniti OKU berbeza mengikut negara.

Menurut laporan UNESCO (2018), media global masih gagal memberikan liputan seimbang terhadap komuniti rentan, termasuk OKU. Data WHO (2011) pula menunjukkan bahawa lebih satu bilion orang di dunia hidup dengan pelbagai bentuk ketidakupayaan, namun representasi mereka dalam media arus perdana tidak sampai 1% daripada kandungan keseluruhan. Dalam konteks Malaysia, dasar OKU Kebangsaan 2008 serta Dasar Inklusif OKU (KPWKM, 2019) menggariskan kepentingan meningkatkan kesedaran melalui media. Walaupun dasar ini ada, keberkesanan pelaksanaan bergantung kepada sejauh mana mesej dapat disampaikan secara berkesan kepada masyarakat.

Selain itu, media sosial turut memberi ruang kepada komuniti OKU untuk mencabar wacana dominan yang selama ini membentuk persepsi masyarakat. Melalui platform seperti Facebook, Instagram dan TikTok, individu OKU dapat berkongsi pengalaman peribadi dan membina naratif alternatif tanpa bergantung sepenuhnya kepada media arus perdana (Bitman, 2023). Dalam konteks ini, fenomena *echo chamber* dapat dilihat berlaku dalam dua bentuk. Pertama, *echo chamber* negatif, apabila masyarakat hanya mendengar dan mengulangi naratif stereotaip terhadap golongan OKU, seperti pandangan bahawa mereka tidak mampu bekerja, hanya layak menerima bantuan kebajikan, atau tidak dapat menyumbang secara produktif. Keadaan ini diperkuat oleh liputan media yang sering menampilkan OKU dalam bentuk kisah tragis atau inspirasi semata-mata yang akhirnya mengekalkan pandangan sempit dan tidak mencabar stereotaip sedia ada.

Namun begitu, kemunculan media sosial juga membuka ruang kepada terbentuknya *echo chamber* positif. Melalui interaksi digital, komuniti OKU dapat mengawal representasi mereka sendiri serta menonjolkan potensi, hak dan sumbangan sebenar terhadap masyarakat. Naratif baharu ini membantu masyarakat melihat OKU bukan lagi sebagai beban, tetapi sebagai rakan kongsi dalam pembangunan sosial dan ekonomi. Apabila media menormalisasikan kehadiran OKU sebagai sebahagian daripada masyarakat produktif, lingkaran stereotaip yang terbentuk melalui *echo chamber* negatif beransur-ansur dapat diubah.

Kajian tempatan turut menyokong pandangan ini. Ibnu et al. (2021) mendapati bahawa persepsi awam terhadap OKU banyak dipengaruhi oleh paparan visual dalam media, sama ada dalam drama televisyen, filem, atau iklan. Responden dalam kajian tersebut mengakui bahawa imej yang ditampilkan sering membentuk tanggapan mereka sama ada positif atau negatif. Hal ini membuktikan bahawa media mempunyai kuasa besar dalam menentukan bagaimana komuniti OKU dilihat dan dinilai dalam masyarakat.

Namun begitu, cabaran yang wujud ialah bagaimana memastikan mesej media tidak hanya menimbulkan simpati sementara, tetapi benar-benar membawa kepada perubahan sikap yang berkekalan. Tsatsou (2021) menegaskan bahawa walaupun teknologi digital telah membuka ruang inklusi baharu, masih terdapat jurang dari segi akses dan kualiti kandungan. Justeru, isu kesedaran sosial melalui media tidak hanya berkaitan dengan kekerapan liputan, tetapi juga berkaitan dengan kualiti naratif yang dibina serta kerangka nilai yang diketengahkan.

Secara keseluruhannya, kajian lepas menunjukkan bahawa media boleh menjadi agen transformasi sosial, namun keberkesanannya bergantung pada bentuk mesej yang dipilih. Liputan berbentuk emosi mampu menarik perhatian khalayak, tetapi liputan yang mengandungi fakta, hujah logik, dan testimoni nyata daripada OKU sendiri lebih berpotensi menghasilkan kesedaran yang mendalam serta berkekalan.

### *Representasi OKU dalam Media*

Isu representasi merupakan aspek yang kritikal kerana ia menentukan cara komuniti OKU ditampilkan dalam wacana awam. Representasi yang stereotaip boleh membekukan imej mereka sebagai kelompok yang lemah, tidak berdaya, atau sekadar menjadi objek simpati. Sebaliknya, representasi yang positif mampu memaparkan OKU sebagai individu berupaya yang setara dengan anggota masyarakat lain.

Di Eropah, García-Sánchez et al. (2021) yang meneliti media Sepanyol mendapati OKU masih sering ditampilkan sebagai “objek bantuan” berbanding “subjek hak”. Begitu juga, Maia dan Carvalho (2022) dalam kajian mereka di Brazil mendapati bahawa liputan media terhadap OKU banyak berlegar pada acara tertentu seperti Sukan Paralimpik, tetapi jarang menekankan isu struktur seperti hak pekerjaan dan pendidikan.

Kajian di Korea oleh Lee (2018) menunjukkan bahawa media televisyen kerap mengekalkan stereotaip “tragis tetapi menginspirasi”, yang membawa kesan psikologi bercampur kepada masyarakat. Walaupun penonton menjadi lebih simpati, mereka jarang berubah untuk menyokong dasar yang lebih inklusif. Fenomena ini hampir sama dengan dapatan di Malaysia (Ismail et al., 2022; Yaakup, 2024).

Kajian antarabangsa menunjukkan media sering menggambarkan OKU dengan imej yang menyederhanakan dan mengasingkan mereka, sering kali menonjolkan aspek kekurangan kompetensi atau ketergantungan, yang mengukuhkan stereotaip negatif (Brend et al., 2024). Seterusnya, negara maju seperti UK telah memperkenalkan garis panduan ketat, contohnya BBC yang komited menghasilkan representasi OKU yang autentik dan inklusif serta menggalakkan penggunaan pelakon OKU sebenar untuk peranan berkaitan.

Sebaliknya, di Malaysia kajian turut mengesahkan bahawa representasi OKU dalam media tempatan masih sering dikaitkan dengan stereotaip dan memerlukan penambahbaikan untuk menggalakkan penerimaan dan pemahaman lebih inklusif terhadap OKU (Ibnu et al., 2021). Ini mengukuhkan hujah bahawa usaha dasar untuk mengawal representasi media OKU adalah lebih maju di negara-negara maju, manakala Malaysia masih dalam peringkat awal pembangunan polisi dan garis panduan dalam hal ini.

Kajian awal di rantau ASEAN juga menunjukkan kecenderungan stereotaip. Misalnya, Mukherjee (2022) yang meneliti filem Tamil Malaysia mendapati OKU sering digambarkan sebagai watak pembantu atau objek belas kasihan. Begitu juga dengan Ho (2023) yang meneliti drama TV di Singapura; dapatan menunjukkan bahawa naratif yang dibina banyak menekankan ketidakupayaan berbanding keupayaan. Walaupun rujukan ini sudah berusia

lebih daripada lima tahun, ia masih relevan kerana memberi gambaran evolusi representasi sebelum wujudnya usaha baharu yang lebih progresif (Hani Salwah, 2024).

Kajian Asia Tenggara lain seperti oleh Kim dan Yeo (2017) mengenai media Korea turut mendapati pola yang sama: stereotaip “tragik tetapi menginspirasi” masih mendominasi. Dengan membandingkan dapatan lama ini, kita dapat melihat bahawa isu stereotaip bukan sahaja masalah tempatan, tetapi fenomena serantau dan global. Justeru, dapatan terkini yang menunjukkan peralihan naratif perlu difahami sebagai satu proses berterusan.

Di Malaysia, Hani Salwah (2024) melalui analisis terhadap lima filem tempatan mendapati bahawa gambaran tentang OKU masih banyak terikat dengan stereotaip, walaupun terdapat usaha kecil untuk mengubah naratif. Filem *Magik* (2023) misalnya cuba menonjolkan bakat OKU melalui watak utama, tetapi masih mengekalkan elemen inspirasi sebagai daya tarikan utama. Fenomena ini dikenali sebagai *inspiration porn*, iaitu apabila kecacatan dipersembahkan sebagai sumber motivasi semata-mata untuk individu bukan OKU. Walaupun memberi kesan emosi, ia tidak membantu dalam mengubah sikap masyarakat secara mendalam kerana mesej sebegini lebih dekat dengan laluan periferi berbanding laluan pusat.

Kajian Ismail et al. (2022) pula meneliti liputan akhbar terhadap atlet Paralimpik Malaysia. Analisis multimodal yang dijalankan menunjukkan bahawa naratif media masih sarat dengan imej heroisme, belas kasihan, dan penderitaan. Walaupun liputan tersebut memberi perhatian yang luas, mesej yang disampaikan cenderung membina perasaan simpati atau kagum semata-mata, bukan penghargaan yang realistik terhadap pencapaian dan keupayaan sebenar atlet OKU. Kajian ini memperlihatkan bagaimana liputan media tradisional sering berfungsi sebagai pengukuh stereotaip bukannya pemecah stigma.

Dalam konteks pendidikan pula, Paramita et al. (2024) mendapati bahawa pelajar OKU di Malaysia dan Indonesia masih menghadapi cabaran besar dalam sistem pendidikan tinggi kerana kekurangan liputan dan advokasi media yang menyokong dasar pendidikan inklusif. Isu kekurangan perhatian media terhadap pendidikan inklusif menyebabkan masyarakat umum tidak menyedari kesukaran yang dihadapi pelajar OKU, sekali gus melanjutkan jurang pemahaman antara komuniti OKU dan bukan OKU.

Kajian antarabangsa turut menunjukkan trend yang serupa. Ellis dan Goggin (2020) dalam analisis mereka menegaskan bahawa media digital berpotensi mengubah naratif representasi OKU dengan menyediakan ruang untuk suara mereka sendiri. Media sosial membolehkan individu OKU berkongsi pengalaman sebenar, mencipta naratif autentik, dan menentang stereotaip dominan. Namun, tanpa kawalan yang baik, naratif ini juga boleh dieksploitasi untuk tujuan hiburan atau sensasi.

Sama dan Mohd Ali (2022) menambah bahawa dalam konteks media akhbar di Malaysia, liputan mengenai OKU masih terikat dengan pendekatan tradisional yang menekankan aspek kesusahan. Pendekatan ini, walaupun bertujuan meningkatkan empati, sering kali mengekalkan jarak sosial antara komuniti OKU dan masyarakat umum. Oleh itu, penekanan terhadap representasi yang lebih progresif amat diperlukan agar media benar-benar berfungsi sebagai wahana pemerksaan.

Kesemua kajian ini menegaskan bahawa representasi yang salah bukan sahaja mengekalkan stigma, tetapi juga menghalang masyarakat daripada memahami potensi sebenar komuniti OKU. Oleh itu, pembentukan kesedaran sosial melalui media menuntut perubahan paradigma dalam cara OKU digambarkan. Media perlu menampilkan mereka

sebagai individu yang produktif, berdaya, dan menyumbang secara bermakna dalam pelbagai sektor kehidupan.

#### *Model Penjelasan Kebarangkalian (ELM)*

Model Penjelasan Kebarangkalian (Elaboration Likelihood Model, ELM) yang diperkenalkan oleh Petty dan Cacioppo (1986) merupakan salah satu teori komunikasi persuasif paling berpengaruh. Model ini menjelaskan bahawa terdapat dua laluan utama pemprosesan mesej, iaitu laluan pusat dan laluan periferi. Laluan pusat berlaku apabila penerima mesej terlibat secara kognitif, menilai hujah dengan teliti, dan menghasilkan perubahan sikap yang lebih stabil. Sebaliknya, laluan periferi bergantung kepada isyarat luaran seperti emosi, visual, atau kredibiliti sumber, yang lazimnya menghasilkan kesan jangka pendek.

Sejak diperkenalkan oleh Petty dan Cacioppo (1986), ELM telah diaplikasikan secara meluas dalam pelbagai bidang, termasuk pengiklanan (MacLinnis & Jaworski, 1989), komunikasi kesihatan (Zhang et al., 2013), dan kempen politik (Perloff, 2010). Aplikasi awal ELM menunjukkan bahawa mesej berasaskan laluan pusat lebih berkesan dalam membentuk sikap jangka panjang, manakala mesej laluan periferi lebih sesuai untuk khalayak dengan tahap penglibatan rendah.

Selain itu, ELM juga mendapat perhatian luas dalam kajian antarabangsa. Misalnya, Petty dan Wegener (1999) mengembangkan semula model ini dengan menekankan faktor motivasi dan kebolehan kognitif dalam menentukan laluan pemprosesan mesej. Dalam konteks komunikasi kesihatan, Slater dan Rouner (2002) menunjukkan bahawa naratif berasaskan kisah peribadi yang digabungkan dengan statistik berjaya menghasilkan perubahan sikap lebih stabil.

Kajian di China oleh Zhang dan Buda (2019) pula mendapati bahawa mesej iklan kesihatan awam yang menekankan hujah logik lebih berkesan dalam kalangan golongan berpendidikan tinggi, manakala mesej emosi lebih berkesan untuk khalayak dengan literasi rendah. Kajian ini relevan dengan konteks Malaysia kerana populasi kita juga berbeza dari segi literasi media. Tambahan ini menguatkan hujah bahawa strategi komunikasi mengenai OKU perlu menggabungkan kedua-dua laluan periferi dan pusat, bergantung kepada sasaran khalayak.

Kajian ini penting kerana ia menunjukkan evolusi teori sebelum diaplikasikan secara lebih kompleks dalam media digital. Misalnya, Zhang et al. (2013) mendapati bahawa mesej kesihatan awam yang menggabungkan statistik dengan naratif peribadi lebih berkesan daripada mesej statistik semata-mata. Prinsip ini boleh diaplikasikan dalam konteks mesej berkaitan OKU di Malaysia, di mana data rasmi perlu disokong dengan kisah hidup sebenar agar mesej lebih meyakinkan.

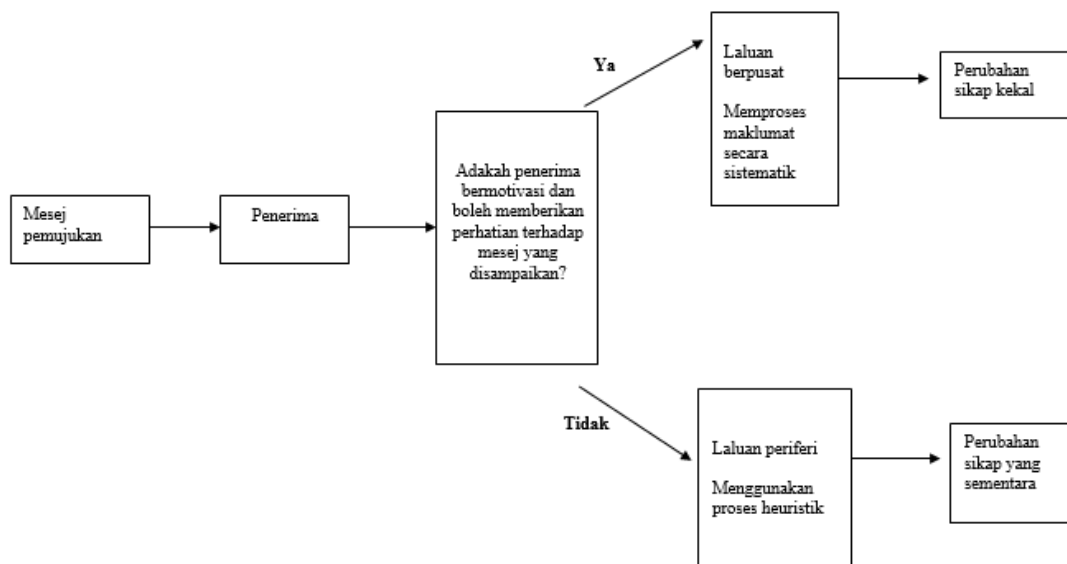
Dalam kajian komunikasi kontemporari, ELM terus digunakan untuk memahami keberkesanan mesej media, khususnya dalam konteks media digital. Mardhatilah et al. (2023) menekankan bahawa mesej di media sosial yang menggabungkan elemen emosi (laluan periferi) dengan fakta kukuh (laluan pusat) lebih berkesan dalam mempengaruhi penglibatan pengguna. Kajian mereka membuktikan bahawa khalayak moden tidak hanya memproses mesej secara satu dimensi, sebaliknya sering menggunakan pemprosesan campuran bergantung pada konteks mesej dan keperluan maklumat.

Spörl-Wang et al. (2025) pula menunjukkan bahawa keberkesanan mesej media sosial bergantung kepada sejauh mana pengguna terlibat secara kognitif dengan kandungan yang disampaikan. Kajian mereka menegaskan bahawa mesej yang berjaya menggabungkan kedua-

dua laluan pemprosesan mampu mencetuskan perubahan sikap jangka panjang. Hal ini sangat relevan dalam konteks advokasi OKU, kerana mesej berbentuk simpati sahaja mungkin menarik perhatian awal tetapi tidak mencukupi untuk membina kefahaman dan penerimaan mendalam.

Dalam konteks Malaysia, dapatan kajian semasa (Ismail et al., 2022; Yaakup, 2024) menunjukkan bahawa mesej berkaitan OKU masih banyak diproses melalui laluan periferi. Misalnya, liputan yang menekankan penderitaan atau pencapaian luar biasa cenderung menghasilkan rasa simpati atau kagum sementara, tetapi gagal mengekalkan perubahan sikap. Sebaliknya, mesej yang menekankan hujah logik, data empirikal, serta pengalaman sebenar OKU lebih cenderung diproses melalui laluan pusat dan berupaya mengekalkan kesedaran dalam jangka panjang.

ELM, oleh itu, menyediakan kerangka teori yang kukuh untuk menilai keberkesanan mesej media dalam membentuk kesedaran sosial terhadap komuniti OKU. Teori ini membantu menjelaskan mengapa sesetengah mesej berkesan hanya untuk sementara, manakala mesej lain mampu meninggalkan kesan berpanjangan. Dengan menggabungkan kedua-dua laluan pemprosesan, strategi komunikasi media boleh dirangka dengan lebih inklusif dan berkesan.



Rajah 1: Model Kebarangkalian Penjelasan (*Elaboration Likelihood Model*)

### Jurang Penyelidikan

Walaupun semakin banyak kajian membincangkan isu representasi dan media berkaitan OKU, kajian di Malaysia masih cenderung terhadap kepada analisis kandungan atau persepsi umum. Sebagai contoh, Ismail et al. (2022) meneliti liputan akhbar dan Hani Salwah (2024) meneliti filem, tetapi kedua-duanya belum mengintegrasikan teori komunikasi persuasif seperti ELM secara mendalam. Begitu juga, Ibnu et al. (2021) memberi tumpuan kepada persepsi awam, namun kurang meneliti bagaimana mesej media diproses secara kognitif oleh khalayak.

Kajian terdahulu di Malaysia banyak tertumpu kepada deskripsi umum, contohnya kajian Hazlin et. al. (2016) mengenai liputan media cetak dan Chai (2019) mengenai persepsi masyarakat bandar. Walaupun kajian ini memberikan gambaran awal tentang isu representasi, pendekatannya bersifat deskriptif dan tidak menggunakan kerangka teori



komunikasi persuasif. Kekurangan ini menjelaskan mengapa dapatan mereka sukar digunakan sebagai asas untuk merangka strategi komunikasi praktikal.

Selain itu, kebanyakan kajian tempatan lebih menekankan kepada isu stereotaip berbanding menilai keberkesanan mesej media dalam menghasilkan perubahan sikap. Jurang ini penting untuk diisi kerana memahami mekanisme penerimaan mesej boleh membantu pengamal media merangka strategi komunikasi yang lebih berkesan. Kajian antarabangsa (Mardhatilah et al., 2023; Spörl-Wang et al., 2025) telah membuktikan keberkesanan integrasi ELM dalam konteks komunikasi kesihatan dan pemasaran sosial. Namun, aplikasi model ini dalam konteks advokasi hak OKU masih sangat terhad di Malaysia.

Walaupun kajian antarabangsa semakin luas, terdapat beberapa kekosongan yang masih wujud. Pertama, sebahagian besar kajian memberi tumpuan kepada media arus perdana, manakala peranan media sosial masih kurang diterokai secara empirikal. Kedua, banyak kajian menekankan representasi stereotaip, tetapi kurang yang mengkaji mekanisme kognitif bagaimana mesej diproses dan diterjemahkan menjadi sikap masyarakat.

Dalam konteks Malaysia, jurang ini lebih ketara kerana hampir tiada kajian yang menggunakan ELM sebagai kerangka analisis mesej berkaitan OKU. Penyelidikan tempatan masih terhad kepada analisis kandungan atau persepsi umum. Oleh itu, kajian ini bukan sahaja mengisi jurang tempatan, tetapi juga menyumbang kepada literatur antarabangsa dengan mengaplikasikan ELM dalam konteks advokasi hak OKU di Malaysia.

Maka, kajian ini berusaha menutup jurang tersebut dengan mengaplikasikan ELM bagi menilai bagaimana mesej media dapat membentuk kesedaran masyarakat terhadap isu OKU. Dengan menggunakan data tinjauan kuantitatif, kajian ini tidak hanya meneliti persepsi, tetapi juga menilai keberkesanan mesej dalam mempengaruhi sikap sama ada bersifat sementara atau berkekalan. Sumbangan ini diharapkan dapat memperkukuh literatur tempatan dan memberi panduan praktikal kepada pengamal media, NGO, dan pembuat dasar dalam membina naratif yang lebih inklusif.

## METODOLOGI

### *Reka Bentuk Kajian*

Kajian ini menggunakan reka bentuk tinjauan kuantitatif untuk menilai hubungan antara peranan media, tahap kesedaran masyarakat, dan perubahan sikap terhadap komuniti OKU di Malaysia. Pendekatan ini dipilih kerana ia sesuai untuk mengukur kecenderungan umum dan corak pemikiran responden berdasarkan pendedahan media dan persepsi sosial.

### *Responden dan Pensampelan*

Seramai 496 responden dari kawasan Lembah Klang telah dipilih menggunakan kaedah persampelan rawak berstrata. Responden terdiri daripada pelbagai latar belakang jantina, umur, tahap pendidikan, dan status pekerjaan. Pemilihan Lembah Klang adalah relevan kerana kawasan ini mencerminkan kepelbagaian demografi serta pendedahan tinggi kepada media tradisional dan digital.

### *Instrumen Kajian*

Instrumen kajian ialah soal selidik berstruktur yang dibangunkan berdasarkan kajian lepas serta disesuaikan dengan konteks tempatan. Borang soal selidik terdiri daripada tiga bahagian utama:

- **Bahagian A:** Demografi responden (jantina, umur, pendidikan, pekerjaan).
- **Bahagian B:** Tahap pendedahan kepada media tradisional dan media sosial berkaitan isu OKU.
- **Bahagian C:** Item kesedaran sosial dan perubahan sikap terhadap komuniti OKU, diukur menggunakan skala Likert 7 mata (1 = sangat tidak setuju, 7 = sangat setuju).

Nilai kebolehpercayaan instrumen diuji melalui analisis Cronbach's Alpha, yang menunjukkan pekali melebihi 0.80 bagi semua konstruk, menandakan tahap kebolehpercayaan yang tinggi.

#### *Prosedur Pengumpulan Data*

Soal selidik diedarkan secara talian dan bersemuka antara Jun hingga Ogos 2023. Responden dimaklumkan bahawa penyertaan adalah sukarela, data dirahsiakan, dan hanya digunakan untuk tujuan akademik. Proses pengumpulan mematuhi etika penyelidikan universiti.

Data dianalisis menggunakan SPSS versi 26. Analisis deskriptif digunakan untuk mengenal pasti profil responden serta tahap pendedahan dan kesedaran. Seterusnya, analisis regresi berganda digunakan untuk menilai sumbangan media, NGO, dan faktor lain terhadap perubahan sikap sementara dan kekal. Keputusan analisis disokong dengan jadual dan nilai pekali ( $\beta$ ,  $R^2$ ,  $t$ , dan  $p$ ) bagi memastikan kesahihan inferens.

#### HASIL DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Kajian ini melibatkan 496 responden daripada kawasan Lembah Klang, mewakili kepelbagaian demografi masyarakat bandar Malaysia. Dari segi jantina, 54% adalah wanita manakala 46% lelaki. Dari aspek umur, majoriti berada dalam lingkungan 21–40 tahun, selari dengan kumpulan dewasa muda yang aktif menggunakan media digital. Taburan ini penting kerana kumpulan dengan literasi media lebih berpotensi memproses mesej melalui laluan pusat seperti yang dijelaskan oleh Petty dan Cacioppo (1986).

Jadual 1: Taburan responden mengikut umur dan jantina

	Umur				Jumlah
	< 25 tahun	25-34 tahun	35-45 tahun	> 45 tahun	
<i>Jantina</i>					
Lelaki	92	51	21	16	180
Perempuan	165	76	50	25	316
<b>Jumlah</b>	<b>257</b>	<b>127</b>	<b>71</b>	<b>41</b>	<b>496</b>

Manakala dalam Jadual 2 di bawah, menunjukkan taburan responden mengikut tahap pendidikan serta sikap yang ditonjolkan terhadap OKU. Responden yang memiliki ijazah/ijazah lanjutan adalah seramai 45.8 peratus bersamaan 227 orang. Manakala responden yang memiliki SPM adalah seramai 24 peratus bersamaan 119 orang, diikuti STPM/Diploma 23.8 peratus bersamaan 118 orang, lain-lain 3.8 peratus bersamaan 19 orang dan PMR 2.6 peratus bersamaan 13 orang. Secara rumusnya, golongan berpendidikan yang banyak memberikan respon balas dalam kajian ini. Ini memberi kelebihan kepada pengkaji kerana responden yang berpendidikan lebih mudah terdedah dengan kesedaran terhadap sesuatu usaha khususnya hal yang berkaitan dengan hak OKU dalam masyarakat. Rata-rata penerimaan sikap masyarakat terhadap OKU pula, responden yang menjawab sekadar tahu secara umum merupakan yang tertinggi jumlahnya iaitu seramai 81.3 peratus bersamaan 403 orang, diikuti

ambil tahu secara mendalam mewakili 14.7 peratus bersamaan 73 orang dan responden yang langsung tidak ambil tahu adalah seramai 4.0 peratus bersamaan 20 orang. Ini menunjukkan responden sedikit sebanyak peka terhadap golongan OKU, namun mungkin belum cukup sepenuhnya pengetahuan mereka mengenai OKU. Hasil dapatan kajian ini menyokong kajian lepas yang mendapati tahap pengetahuan yang tinggi di kalangan pelajar IPTA mengenai OKU boleh menyumbang kepada pembentukan sikap dan pandangan yang positif terhadap golongan OKU (Hazlin Falina et. al. (2016).

Jadual 2: Taburan responden mengikut pendidikan dan sikap terhadap OKU

	Sikap terhadap OKU			Jumlah
	Langsung Tidak Ambil Tahu	Sekadar Tahu Secara Umum	Ambil Tahu Secara Mendalam	
Pendidikan				
Ijazah/Ijazah Lanjutan	7	184	36	227
STPM/Diploma	6	90	22	118
SPM	3	104	12	119
PMR	2	11	0	13
Lain-lain	2	14	3	19
Jumlah	20	403	73	496

Jadual 3 menunjukkan ujian analisis bagi menilai tahap kesedaran masyarakat mengenai isu hak kesamarataan terhadap OKU. Hasil kajian dianalisis berdasarkan min skor dan sisihan piawai. Seramai 496 orang telah menjadi responden dalam kajian ini. Hasil kajian menunjukkan bahawa purata min bagi tahap kesedaran masyarakat melalui individu persekitaran ialah 5.14 (S.P.=1.29) manakala purata min bagi tahap kesedaran masyarakat melalui pertubuhan NGO pula, ialah 4.65 (S.P=1.31). Selain itu, purata min bagi tahap kesedaran masyarakat melalui jumlah pembacaan adalah sebanyak 4.23 (S.P.=1.26). Jika diteliti dengan lebih terperinci, pengaruh pembacaan dalam menimbulkan kesedaran masyarakat menunjukkan tahap min yang rendah, berbanding pengaruh melalui pertubuhan NGO dan melalui individu persekitaran. Pengaruh melalui individu persekitaran menunjukkan purata min yang paling tinggi berbanding ketiga-tiga kategori pengaruh. Menurut kajian Krahé & Altwasser (2006) menunjukkan interaksi langsung dengan individu OKU memberi kesan positif lebih besar terhadap sikap daripada sumber bacaan atau pendedahan media. Justeru itu, analisis deskriptif menunjukkan tahap kesedaran sosial terhadap isu OKU berada pada aras sederhana hingga tinggi. Dapatan ini menunjukkan bahawa interaksi langsung dengan individu OKU dan advokasi oleh NGO lebih berkesan membina kesedaran berbanding liputan media tradisional. Fenomena ini sejajar dengan penemuan Ibnu et al. (2021) yang mendapati bahawa persepsi masyarakat terhadap OKU dipengaruhi lebih kuat oleh pengalaman langsung serta naratif alternatif dalam media sosial berbanding media arus perdana. Hal ini memperkukuh hujah bahawa keberkesanan mesej tidak hanya bergantung pada kekerapan pendedahan, tetapi juga pada bentuk representasi serta laluan pemprosesan mesej.

Jadual 3: Purata nilai min bagi tahap kesedaran masyarakat mengenai isu kesamarataan hak OKU

Pembolehubah	Min	S.P.
Melalui Individu Persekitaran	5.14	1.29
Melalui Pertubuhan NGO	4.65	1.31
Melalui Pembacaan	4.23	1.26

(N= 496)

Seterusnya, analisis ANOVA dilakukan untuk melihat sama ada terdapat pengaruh signifikan di antara faktor penyampaian maklumat, mendidik, peranan NGO dan peranan media ke atas kesedaran masyarakat terhadap isu OKU. Aras signifikan yang ditetapkan adalah 0.05.

Jadual 4: Jadual ANOVA pengaruh kesedaran sosial melalui peranan NGO ke atas perubahan sikap secara kekal

Model	Jumlah Kuasa Dua	Darjah Kebebasan	Min Kuasa Dua	Nilai F	Signifikan
Regression	96.056	1	96.056	44.350	0.00
Residual	1069.933	494	2.166		
Jumlah	1165.989	495			

Jadual 5: Analisis regresi pengaruh kesedaran sosial melalui peranan NGO ke atas perubahan sikap secara kekal

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.329	.108	.107	1.28277	.108	60.012	1	494	.000

Nota: a. Peramal: Peranan NGO  
 b. Pemboleh ubah bersandar: Penghormatan Kendiri

Jadual 6: Koefisien analisis regresi berganda pengaruh kesedaran sosial melalui peranan NGO ke atas perubahan sikap secara kekal

Item	B	Std. Error	Beta	t	Signifikan t
Peranan NGO	.341	.044	.329	7.747	.000

Hasil analisis regresi menunjukkan model regresi yang mengandungi pemboleh ubah bebas (peranan NGO) boleh menerangkan secara signifikan sebanyak 10.8 peratus daripada varians ke atas pemboleh ubah terikat (perubahan sikap kekal) ( $F(1, 494, k < .05)$ ). Hasil daripada pekali regresi ( $\beta = 0.329$ ), ( $t = 7.747, k < .05$ ) menunjukkan hubungan di antara peranan NGO dan perubahan sikap kekal adalah satu hubungan linear yang signifikan. Dapatan ini menjelaskan bahawa peranan NGO adalah signifikan dalam mempengaruhi sikap masyarakat untuk berubah secara kekal.

Berdasarkan Jadual 5, hasil analisis nilai  $R^2$  bagi Model 1 (peranan NGO) adalah 0.108. Berdasarkan Jadual 4.30, hasil analisis nilai Beta yang ditunjukkan bagi faktor peranan NGO adalah 0.329, nilai t adalah 7.747 dan signifikan pada nilai 0.000. Ini bermakna model yang dicadangkan sesuai dengan data dalam nilai peratus 10.8 di mana keputusan ini turut disokong oleh analisis ANOVA yang signifikan dengan nilai 0.000. Hal ini kerana aras signifikan yang diperoleh didapati lebih kecil berbanding aras signifikan yang ditetapkan iaitu 0.05.

Dapatan ini menunjukkan peramal peranan NGO ( $F(1, 494, k < .05)$ ) menyumbang secara signifikan sebanyak 10.8 peratus varians (.0108) terhadap perubahan sikap kekal. Ini bermakna, peranan NGO ( $\beta = .341, p < .05$ ) atau keupayaan perubahan sikap kekal masyarakat tentang isu OKU merupakan petunjuk utama yang menyebabkan kesedaran sosial masyarakat meningkat. Elemen peranan NGO ( $\beta = .341, p < .05$ ) menambah sebanyak 10.8 peratus kepada varians ( $R^2 = .108$ ) terhadap kesedaran sosial. Dalam erti kata lain, apabila faktor peranan NGO meningkat seunit, maka skor perubahan sikap kekal akan meningkat sebanyak 10.8 peratus.

Jadual 7: Jadual ANOVA kesedaran sosial melalui peranan media mempengaruhi perubahan sikap secara sementara

Pembolehubah	Jumlah Kuasa Dua	Darjah Kebebasan	Min Kuasa Dua	Nilai F	Signifikan
<i>Regression</i>	0.533	1	0.533	0.520	0.471
<i>Residual</i>	506.329	494	1.025		
Jumlah	506.862	495			

Jadual 8: Analisis regresi pengaruh kesedaran sosial melalui peranan media mempengaruhi perubahan sikap secara sementara

Model	R	R <sup>2</sup>	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.329	.001	-.001	1.01240	0.001	0.520	1	494	0.471

Nota: a. Peramal: Pembacaan  
 b. Pemboleh ubah bersandar: Sikap Sementara

Jadual 9: Koefisien analisis regresi berganda pengaruh kesedaran sosial melalui peranan media mempengaruhi perubahan sikap secara sementara

Item	B	Std. Error	Beta	t	Signifikan t
Peranan Media	-0.30	0.041	-0.032	-0.721	0.471

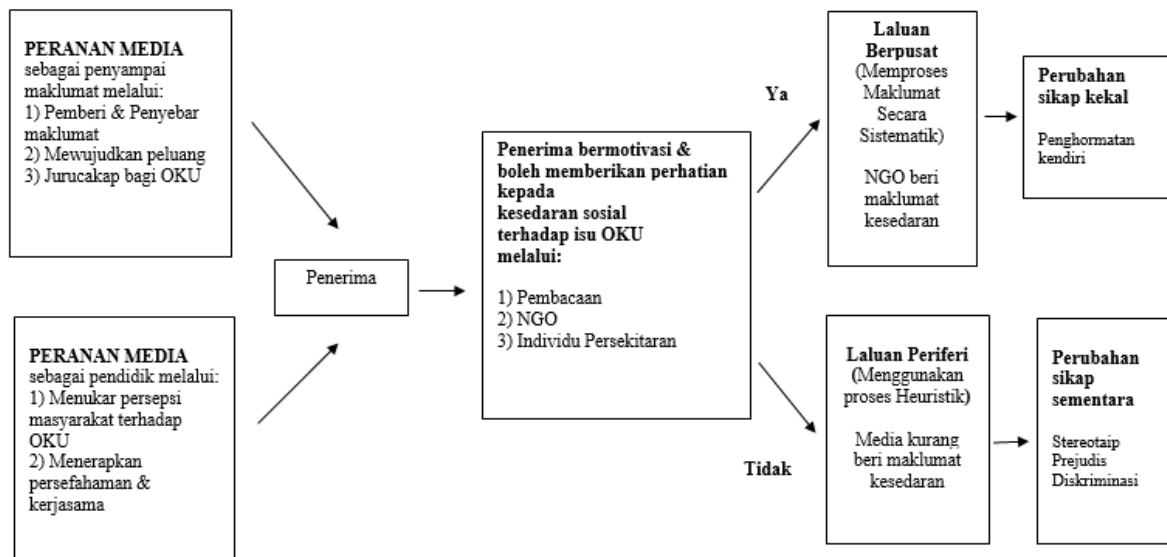
Berdasarkan analisis ANOVA yang dilakukan, menunjukkan model regresi yang mengandungi pemboleh ubah peranan media (pembacaan) menerangkan bahawa dapatan regresi di atas adalah tidak signifikan iaitu hanya sebanyak 0.1 peratus daripada varian ke atas pemboleh ubah perubahan sikap sementara ( $F(1, 494) = 0.520, k > .05$ ). Pemboleh ubah peranan media ( $\beta = -0.032$ ), ( $t = -0.721, k > .05$ ) merupakan peramal yang tidak signifikan kepada perubahan sikap sementara. Dapatan ini menerangkan bahawa peranan media tidak menunjukkan sumbangan yang signifikan terhadap isu kesedaran masyarakat terhadap OKU.

Berdasarkan Jadual 8, hasil analisis nilai  $R^2$  bagi Model 1 (peranan media) adalah 0.001. Berdasarkan Jadual 4.33, hasil analisis nilai Beta yang ditunjukkan bagi faktor peranan media adalah -0.032, nilai t adalah -0.721 dan menunjukkan tidak signifikan pada nilai 0.471. Ini bermakna model yang dicadangkan tidak sesuai dengan data dalam nilai peratus 0.1 di mana keputusan ini turut disokong oleh analisis ANOVA yang tidak signifikan dengan nilai 0.471. Hal ini kerana aras signifikan yang diperolehi didapati lebih besar berbanding aras signifikan yang ditetapkan iaitu 0.05.

Dapatan ini menunjukkan peramal peranan media melalui pembacaan ( $F(1, 494, k > .05)$ ) tidak menyumbang secara signifikan terhadap perubahan sikap sementara. Ini bermakna, peranan media ( $\beta = -.030, p > .05$ ) terhadap keupayaan perubahan sikap sementara masyarakat tentang isu OKU bukan merupakan petunjuk utama yang menyebabkan kesedaran sosial masyarakat meningkat.

Secara keseluruhannya, keputusan analisis regresi berganda menunjukkan NGO merupakan faktor paling signifikan dalam mempengaruhi perubahan sikap kekal ( $R^2 = .108, \beta = .341, t = 7.747, p < .05$ ). Peranan media melalui pembacaan pula tidak menunjukkan kesan signifikan terhadap perubahan sikap sementara ( $\beta = -0.032, p > .05$ ). Dapatan ini menegaskan bahawa mesej yang datang daripada NGO lebih berupaya mencetuskan perubahan sikap jangka panjang kerana ia lazimnya menggabungkan elemen periferi (naratif emosi) dengan laluan pusat (data, hujah logik).

Kajian Ismail et al. (2022) juga menunjukkan bahawa liputan media tradisional terhadap atlet Paralimpik lebih banyak menimbulkan simpati berbanding kefahaman mendalam. Keadaan ini selari dengan dapatan kajian ini, di mana mesej media yang hanya bergantung pada laluan periferi gagal mewujudkan perubahan sikap yang konsisten. Sebaliknya, NGO berjaya menyalurkan mesej yang lebih seimbang, misalnya melalui kempen kesedaran hak OKU, advokasi dasar pendidikan inklusif, dan testimoni langsung daripada komuniti OKU sendiri.



Rajah 2: Penambahbaikan Model Kebarangkalian Penjelasan (*Elaboration Likelihood Model*, ELM)

Berdasarkan Rajah 2 di atas, pemboleh ubah “peranan media” dan “peranan NGO” dioperasionalkan berdasarkan prinsip Model Penjelasan Kebarangkalian (ELM) yang membezakan antara pemprosesan laluan pusat dan laluan periferi. Item bagi peranan media memberi tumpuan kepada aspek pendedahan maklumat dan bentuk penyampaian contohnya visual, emosi, pemberitaan, iaitu isyarat periferi yang lazim mempengaruhi khalayak apabila kualiti mesej rendah. Sebaliknya, item bagi peranan NGO menilai interaksi langsung, penyertaan komuniti, pendidikan hak, dan advokasi, iaitu komponen yang mencetuskan pemprosesan laluan pusat kerana ia melibatkan penjelasan rasional, pengalaman sebenar, dan dialog dua hala. Pengukuran ini membolehkan kajian menilai secara kuantitatif bagaimana kedua-dua saluran tersebut mempengaruhi kesedaran sosial dan perubahan sikap masyarakat. Menurut Petty dan Cacioppo (1986) serta Petty dan Wegener (1999) proses pemahaman, pembujukan dan penyampaian maklumat yang berlaku di dalam mesej mampu berbentuk kesedaran kepada masyarakat.

Secara keseluruhannya, dapatan kajian menunjukkan bahawa peranan media terhadap perubahan sikap masyarakat adalah tidak signifikan ( $p = .471$ ). Penemuan ini penting kerana ia mencabar andaian lazim bahawa media berupaya menjadi agen utama kesedaran sosial berkaitan OKU. Walaupun media direkodkan sebagai saluran penyebaran maklumat yang meluas, dapatan kajian ini menunjukkan bahawa mesej media tidak diproses secara mendalam oleh khalayak, selari dengan penjelasan Model Penjelasan Kebarangkalian (ELM).

Beberapa faktor menjelaskan fenomena ini. Pertama, kualiti mesej media berkaitan OKU tidak cukup kuat untuk mencetuskan pemprosesan laluan pusat. Kandungan media lebih cenderung menonjolkan elemen simpati atau sensasi, berbanding hujah rasional atau maklumat struktur mengenai hak OKU. Justeru, mesej diproses secara laluan periferi dan hanya menghasilkan kesedaran jangka pendek tanpa perubahan sikap yang stabil.

Kedua, tahap pendedahan khlayak terhadap mesej berkaitan OKU adalah rendah kerana media tidak menyiarkan isu ini secara konsisten. Liputan hanya diberikan apabila berlaku insiden tertentu yang dianggap mempunyai nilai berita. Hal ini mengurangkan peluang khlayak membina kefahaman mendalam.

Ketiga, hasil dapatan menunjukkan bahawa mesej media sering tidak selari dengan keperluan komuniti OKU sendiri. Pemilihan isu lebih dipacu oleh agenda organisasi media dan minat khlayak umum, bukan berdasarkan isu struktur yang sebenar. Ini menyebabkan mesej media kurang relevan dan gagal mendorong penglibatan kognitif khlayak.

Sebaliknya, peranan NGO terbukti signifikan dalam mempengaruhi perubahan sikap kekal. Penglibatan secara interpersonal melalui NGO membolehkan mesej diproses secara laluan pusat, menghasilkan empati, kefahaman mendalam, dan sikap yang lebih stabil. Keputusan ini menegaskan bahawa unsur pengalaman langsung dan interaksi sosial lebih berkesan berbanding pendedahan pasif melalui media.

Oleh itu, media dikatakan tidak signifikan dalam kajian ini bukanlah disebabkan kelemahan, tetapi sebuah penemuan kritikal yang menunjukkan bahawa strategi kesedaran OKU perlu digerakkan bersama NGO, bukannya bergantung kepada media semata-mata. Penemuan Bitman (2023) membuktikan bahawa media sosial memberi ruang kepada komuniti OKU untuk mengartikulasikan identiti mereka secara lebih autentik, sekaligus meningkatkan kredibiliti mesej. Hal ini amat relevan dalam konteks Malaysia di mana generasi muda merupakan pengguna media sosial paling aktif dan berpotensi menjadi penerima mesej inklusif.

Selain itu, manfaat *echo chamber* dalam media sosial boleh digunakan sebagai alat strategik untuk komuniti OKU mengawal naratif mereka sendiri dan mempengaruhi perubahan sikap secara kekal. *Echo chamber* adalah ruang digital di mana pengguna cenderung hanya berinteraksi dengan kandungan dan pandangan yang selaras atau menyokong pendapat mereka. Dalam konteks OKU, *echo chamber* di media sosial membolehkan golongan ini berkongsi cerita, identiti, serta pengalaman mereka secara autentik tanpa gangguan atau penyelewengan dari pandangan luar yang prejudis.

Dengan *echo chamber*, mesej dan naratif positif tentang OKU mendapat penguatkuasaan berulang dalam kalangan komuniti mereka dan penyokongnya, yang boleh meningkatkan rasa hormat, kesedaran, dan penerimaan masyarakat umum secara beransur-ansur. Ini membantu mencipta perubahan sikap yang lebih kekal kerana mesej yang disampaikan sering diulang dan disokong secara kolektif. Selain itu, media sosial membuka ruang kepada OKU untuk menjadi agen advokasi sendiri tanpa perlu bergantung kepada media tradisional yang mungkin masih memegang stereotaip lama.

Kajian ini menegaskan fungsi media sosial sebagai *echo chamber* yang membolehkan pengulangan mesej positif dalam komuniti OKU, yang meningkatkan kredibiliti serta impak mesej tersebut kepada perubahan sikap jangka panjang. Kajian lain turut menegaskan pentingnya self-representation atau pengawalan naratif oleh OKU sendiri dalam membina penerimaan sosial yang lebih inklusif dan menghormati keunikan setiap individu (Södergren & Vallström, 2022).

Namun, agar perubahan sikap ini bertahan, *echo chamber* perlu pula digabungkan dengan interaksi lintas kelompok dan pendedahan kepada khalayak dengan lebih luas supaya masyarakat umum boleh memahami, menerima, dan menghayati identiti OKU secara lebih mendalam dan menyeluruh. Justeru, strategi menggunakan *echo chamber* secara bijak boleh memanfaatkan kuasa media sosial sebagai saluran advokasi berkesan bagi OKU dalam mengawal dan memperkukuh naratif mereka di era digital.

Sejajar dengan kajian Johansen (2024) menunjukkan bahawa golongan muda OKU menggunakan media sosial untuk memaparkan identiti mereka dengan sengaja menolak stereotaip dan stigma, sekaligus mengartikulasikan pengalaman hidup mereka dengan cara yang lebih realistik dan meyakinkan. Mereka menggunakan media sosial bukan sekadar untuk berkomunikasi tetapi juga sebagai alat aktivisme harian untuk mempengaruhi persepsi masyarakat luas secara berterusan.

Akhir sekali, hasil kajian ini mengingatkan bahawa perubahan sikap masyarakat terhadap OKU bukanlah proses segera. Ia memerlukan mesej media yang konsisten, inklusif, dan digerakkan melalui pelbagai saluran komunikasi. Penggunaan ELM dalam menganalisis dapatan ini membuktikan bahawa keberkesanan mesej bergantung pada keseimbangan antara daya tarikan periferi dan kekuatan hujah pusat.

#### KESIMPULAN

Kajian ini mengesahkan bahawa NGO memainkan peranan yang lebih dominan berbanding media dalam membentuk perubahan sikap masyarakat terhadap OKU. Peranan NGO yang bersifat terus, bersentuhan dengan komuniti, serta menawarkan ruang interaksi interpersonal membolehkan mesej diproses melalui laluan pusat ELM, sekali gus menghasilkan perubahan sikap kekal. Sebaliknya, peranan media didapati tidak signifikan kerana mesej yang disampaikan tidak cukup mendalam dan kerap diproses melalui laluan periferi. Dapatan ini menuntut perubahan pendekatan dalam strategi komunikasi negara, iaitu dengan memperkukuh kerjasama media dan NGO serta memberi ruang kepada NGO sebagai penggerak utama dalam membentuk kesedaran sosial.

Menurut dapatan regresi dalam kajian ini turut mengesahkan bahawa NGO memainkan peranan signifikan dalam mempengaruhi perubahan sikap masyarakat, khususnya yang bersifat jangka panjang ( $R^2 = .108$ ,  $\beta = .341$ ,  $t = 7.747$ ,  $p < .05$ ). Peranan media sebaliknya, kurang memberi kesan apabila mesej yang disampaikan bersifat satu dimensi dan hanya mengundang simpati. Dapatan ini konsisten dengan kajian antarabangsa (Mardhatilah et al., 2023; Spörl-Wang et al., 2025) yang menegaskan bahawa mesej persuasif yang berjaya adalah mesej yang menggabungkan laluan periferi untuk menarik perhatian awal dengan laluan pusat untuk mengukuhkan kefahaman khalayak.

Berdasarkan penemuan ini, beberapa cadangan praktikal boleh diketengahkan. Pertama, media arus perdana perlu merombak pendekatan liputan isu OKU. Naratif berbentuk simpati atau heroisme semata-mata harus diganti dengan naratif yang menekankan hak, keupayaan, dan sumbangan komuniti OKU dalam pelbagai bidang. Misalnya, liputan mengenai atlet Paralimpik tidak hanya menekankan aspek keajaiban pencapaian, tetapi juga mengangkat isu akses kemudahan, dasar pendidikan, dan peluang pekerjaan sebagai sebahagian daripada naratif inklusif.

Kedua, media sosial perlu dimanfaatkan secara optimum sebagai ruang advokasi yang memberi kuasa kepada komuniti OKU. Seperti yang dibuktikan oleh Bitman (2023), media sosial membolehkan individu OKU membina identiti dan representasi mereka sendiri secara



lebih autentik. Oleh itu, media sosial wajar digunakan bukan sahaja sebagai ruang berkongsi pengalaman, tetapi juga sebagai platform pendidikan awam dengan penghasilan kandungan kreatif, informatif, dan berasaskan bukti.

Ketiga, kerjasama antara media, NGO, dan komuniti OKU perlu diperkukuh. NGO terbukti lebih berkesan dalam menyampaikan mesej kerana mereka menggabungkan elemen periferi (naratif emosi) dengan laluan pusat (data dan hujah rasional). Jika kerjasama ini diperkukuh, mesej advokasi dapat disampaikan dengan lebih menyeluruh, konsisten, dan berkesan. Pengamal media boleh bekerjasama rapat dengan NGO dan akademia untuk membina garis panduan representasi OKU yang progresif, selari dengan agenda Dasar OKU Negara dan Matlamat Pembangunan Mampan (SDG).

Keempat, usaha literasi media dalam kalangan masyarakat perlu dipergiatkan. Kesedaran yang kukuh tidak hanya datang daripada pendedahan kepada mesej media, tetapi juga daripada keupayaan khalayak menilai dan mentafsir mesej tersebut secara kritikal. Program literasi media boleh digerakkan di sekolah, universiti, dan komuniti bagi memastikan masyarakat lebih peka terhadap isu stereotaip dan lebih mampu menghargai naratif inklusif.

Dari sudut akademik, kajian ini menyumbang kepada literatur tempatan dengan memperkenalkan ELM sebagai kerangka analisis baharu dalam kajian komunikasi mengenai OKU di Malaysia. Kajian lepas banyak tertumpu kepada analisis kandungan dan persepsi, tetapi kajian ini menambah dimensi dengan menilai bagaimana mesej diproses oleh khalayak. Penemuan ini memperkukuh pemahaman tentang mekanisme komunikasi persuasif dalam konteks advokasi sosial.

Secara keseluruhannya, kajian ini menegaskan bahawa NGO lebih proaktif dalam mendekati isu OKU ini dan masyarakat yang lebih celik media merupakan gabungan penting dalam memastikan perubahan sikap yang berkekalan terhadap komuniti OKU. Dengan menggunakan kerangka ELM, kajian ini membuktikan bahawa mesej yang seimbang antara laluan periferi dan laluan pusat mampu mencipta kesedaran yang lebih mendalam. Implikasi ini memberi panduan penting bukan sahaja kepada pengamal media, tetapi juga kepada pembuat dasar, NGO, dan komuniti akademik dalam usaha bersama membina Malaysia yang lebih adil, inklusif, dan menghargai kepelbagaian.

#### BIODATA

*Hazlin Falina Rosli*, PhD merupakan pensyarah Kanan di Jabatan Bahasa Inggeris dan Komunikasi, Fakulti Sains Sosial, Universiti Islam Selangor, 43000 Kajang, Selangor. Bidang kepakaran beliau merangkumi kajian media, representasi OKU di media, kewartawanan dan penyiaran. Beliau terlibat aktif dalam projek penyelidikan serta program komuniti berkaitan kesedaran dan penerimaan sosial terhadap golongan OKU. Emel: hazlinfalina@uis.edu.my

*Maizatul Haizan Mahbob*, PhD merupakan Pensyarah Kanan di Pusat Kajian Media dan Komunikasi (MENTION), Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia 43600 UKM Bangi, Selangor, Malaysia. Beliau berkelulusan doktor falsafah dalam bidang komunikasi dari Universiti Sains Malaysia. Beliau memulakan kerjaya akademik sebagai tutor, kemudian pensyarah di Jabatan Sains Politik, UKM. Bidang pengkhususan beliau ialah komunikasi keorganisasian, komunikasi pembangunan dan komunikasi politik. Emel: maiz.ukm.edu.my

#### RUJUKAN

- Barnes, C. (1992). *Disabling Imagery and the Media: An Exploration of the Principles for Media Representations of Disabled People*. Ryburn Publishing.
- Bitman, N. (2023). Learning to perform dis/abled identity in social media. *International Journal of Communication*, 17, 2027–2047.
- Brend, E. (2024). How media representation influences disability bias. *Psychology Student Publications*, 68. <https://commons.und.edu/psych-stu/68>
- Chai Chuan Jing. (2019). Malaysians' attitudes toward people with disabilities. *Journal of Arts and Social Sciences*, 2(2), 27-65.
- Ellis, K., & Goggin, G. (2020). *Disability and Digital Media: Accessibility, Representation and Inclusion*. Curtin University.
- García-Sánchez, I. M., Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2021). Do boards of directors and CSR committees affect corporate social responsibility disclosure? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), 22–36.
- Haller, B. (2010). *Representing Disability in an Ableist World: Essays on Mass Media*. Advocado Press. <https://www.advocadopress.org/representing-disability-in-an-ableist-world/>
- Hani Salwah Yaakup. (2024). Representation of disabilities in Malaysian films: Stereotypes, identities and the others. *e-Bangi: Journal of Social Sciences and Humanities*, 21(1), 1–14.
- Hazlin Falina Rosli, Wan Amizah Wan Mahmud, & Maizatul Haizan Mahbob. (2016). Peranan media sebagai alat kesedaran sosial dalam kalangan Orang Kurang Upaya di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 32(2), 471-488.
- Ho, A. K. H. (2023). "He's not normal": Representations of disabilities on Singapore television. In Zhuang, V., Wong, M. E., & Goodley, D. (Eds.), *Not Without Us: Perspectives on Disability and Inclusion in Singapore* (pp. 215-230). Ethos Book.
- Ibnu, I. N., Yahri, H., Sofiya, N., Nordiyannah, A., Danial, M., & Jaafar, Q. A. (2021). Media representation of people with disabilities (OKU). *e-Journal of Media & Society (e-JOMS)*, 5(2), 1–12.
- Ismail, H., Khoo, S., Idrus, M. M., Cheong, J. P. G., & Razman, M. R. (2022). Newspaper coverage of Paralympic athletes: A multimodal discourse analysis. *SAGE Open*, 12(2), 1–15.
- Johansen, A. (2024). 'I just want to show that I am living a normal life': Young disabled people's use of social media for identity and advocacy. *Journal of Disability and Society*, 5(2), 101-115.
- Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat. (2008). *Dasar Orang Kurang Upaya Kebangsaan*. Putrajaya: KPWKM.
- Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat. (2019). *Dasar Inklusif OKU*. Putrajaya: KPWKM.
- Kim, S. H., & Yeo, J. (2017). Cultural identity and disability: Media portrayal of people with disabilities in South Korea. *Disability & Society*, 32(8), 1158–1179.
- Krahé, B., & Altwasser, C. (2006). Changing negative attitudes towards persons with physical disabilities: An experimental intervention. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 16(1), 59–69. <https://doi.org/10.1002/casp.849>
- Lee, J. (2018). Disability representation in Korean television dramas: Between tragedy and inspiration. *Asian Journal of Communication*, 28(3), 265–280.
- Maclinnis, D. J., & Jaworski, B. J. (1989). Information processing from advertisements: Toward an integrative framework. *Journal of Marketing*, 53(4), 1–23.

- Maia, R., & Carvalho, F. (2022). Disability, media, and public sphere: Representation of disabled people in Brazil. *Media, Culture & Society*, 44(5), 923–940.
- Mardhatilah, D., Omar, A., & Septiari, D. (2023). A literature review on persuasive communication: Utilising elaboration likelihood model to understand consumer engagement on social media platforms. *Journal of Marketing Communications*.
- Mukherjee, T. (2022). Representation of disability in Indian movies: A survey of perception of parents of Kolkata who live with it. *Journal of Research in Humanities and Social Science*, 10(6) 38-43.
- Oliver, M. (1990). *The Politics of Disablement*. Macmillan.
- Paramita, P. P., Asthana, M. K., Amin, A. S., & Hassim, N. (2024). Inclusive education for students with disabilities: Perspectives from Indonesian and Malaysian higher education. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 40(1), 35–52.
- Perloff, R. M. (2010). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (4th ed.). Routledge.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer.
- Petty, R. E., & Wegener, D. T. (1999). The elaboration likelihood model: Current status and controversies. *Communication Theory*, 9(1), 37–72.
- Sama, H., & Mohd Ali, M. (2022). Adversity disabled in publishing newspapers media in Malaysia. *Journal of Positive School Psychology*, 6(9), 3414–3425.
- Shakespeare, T. (2006). *Disability Rights and Wrongs*. Routledge.
- Slater, M. D., & Rouner, D. (2002). Entertainment-education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12(2), 173–191.
- Södergren, M., & Vallström, J. (2022). Disability influencers and self-representation: Shaping public attitudes on social media. *Disability & Media Journal*, 18(4), 255-273.
- Spörl-Wang, J., Reiter, J., & Krämer, N. C. (2025). Predictors of social media influencer marketing effectiveness: An elaboration likelihood model perspective. *Journal of Business Research*, 170, 114527.
- Tsatsou, P. (2021). Digital inclusion and disability: Media use, representation and policy challenges. *Media, Culture & Society*, 43(3), 413–431.
- UNESCO. (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development: 2017/2018 Global Report. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261065.locale=en>
- World Health Organization, & World Bank. (Eds.). (2011). *World Report on Disability*. World Health Organization (WHO). <https://www.who.int/teams/noncommunicable-diseases/sensory-functions-disability-and-rehabilitation/world-report-on-disability>
- Zhang, X., Tang, Q., & Li, S. (2025). Modeling behavioral intention of using health-related WeChat official accounts through ELM and SCT factors using the PLS-SEM approach. *Sci Rep*, 15, 27475. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-12138-9>