

**PENGARUH TIKTOK TERHADAP MAHASISWA MALAYSIA DALAM
PILIHANRAYA UMUM-15 (PRU 15)**
*THE INFLUENCE OF TIKTOK ON MALAYSIANS' UNIVERSITIES STUDENTS
IN THE 15TH GENERAL ELECTION (GE 15)*

FAIRUZ BINTI RAMLI^{1*}, NURMUNIRAH BINTI AZAMI² & RUQAIYAH BINTI AB RAHIM³

^{1,3}Universiti Teknologi MARA (UiTM) Cawangan Johor & ²UNITAR International University
fairu503@uitm.edu.my

ABSTRAK

Kajian ini membincangkan hubungan antara politik dan media sosial, khususnya TikTok, memfokuskan kepada generasi muda Malaysia. Walaupun banyak penyelidikan telah dijalankan mengenai penyebaran maklumat politik melalui platform seperti Facebook dan Twitter, terdapat jurang mengenai peranan TikTok. Matlamatnya adalah untuk merapatkan jurang ini dan menyumbang kepada literatur sedia ada dengan meneroka pengaruh TikTok terhadap pengundi muda semasa Pilihan Raya Umum Ke-15 (PRU-15) pada 2022. Kajian ini mengkaji penggunaan TikTok berkaitan penyampaian maklumat politik seperti mesej dari penyokong, manifesto dari parti politik. Selain itu, kajian ini menekankan kepada kesedaran dan penyertaan politik di kalangan pelajar universiti. Metodologi kajian ini melibatkan tinjauan dalam talian yang diedarkan melalui borang google (*google form*) kepada pengundi muda dari UNITAR dan UiTM JOHOR. Pengumpulan data mengambil masa empat minggu, dengan analisis dilakukan menggunakan SPSS ver. 28. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif, memfokuskan kepada analisis deskriptif. Penemuan menunjukkan bahawa pengundi muda terlibat dalam politik dan penggunaan TikTok ke dalam kempen politik memberi kesan positif kepada keputusan mereka.

Kata kunci: *TikTok, PRU-15, pengundi muda, media sosial, politik dan Malaysia.*

ABSTRACT

This study discusses the relationship between politics and social media, especially TikTok, focusing on the young Malaysian generation. Although much research has been

conducted on the dissemination of political information through platforms such as Facebook and Twitter, there is a gap regarding the role of Tik Tok. The aim is to bridge this gap and contribute to the existing literature by exploring the influence of Tik Tok on young voters during the 15th General Election (GE-15) in 2022. This study examines the use of Tik Tok in relation to the delivery of political information such as messages from supporters, manifestos from political parties. In addition, this study emphasizes political awareness and participation among university students. The methodology of this study involves an online survey distributed through a google form to young voters from UNITAR and UiTM JOHOR. Data collection took four weeks, with analysis performed using SPSS ver. 28. This study uses quantitative methods, focusing on descriptive analysis. The findings show that young voters are engaged in politics and the use of Tik Tok in political campaigns has a positive effect on their decisions.

Keywords: *Tik Tok, GE-15, young voters, social media, politics and Malaysia.*

Pengenalan

Media sosial, satu aspek penting sejak permulaan internet, diterima pakai oleh generasi muda dan membentuk pelbagai aspek masyarakat. Kajian menekankan kesan politiknya, melibatkan ahli politik dan parti (Brito & Adeodato., 2022; Zulkifli et al., 2021; Hall, 2019; Subre et al., 2023). Ia berfungsi sebagai sumber maklumat pantas, hab hiburan, dan alat untuk ekspresi diri. Tik Tok yang diperkenalkan pada 2016, telah menjadi terkenal dengan ciri perkongsian video 15 saat (Montag et al., 2021). Dengan 800 juta pengguna di seluruh dunia menjelang awal 2020 dan daya tarikan yang ketara di negara Asia Tenggara (Mulya, 2021), Tik Tok telah mengukuhkan kedudukannya.

Kemajuan dalam teknologi dan populariti media sosial membentuk semula gaya hidup generasi muda. Mereka lebih suka terlibat dengan video pendek Tik Tok dan membincangkan kaitannya (Vannucci et al., 2020). Aliran Tik Tok memberi kesan kuat kepada kepuasan pengguna (Sharabati et al., 2022), konsep yang disokong oleh Bilgin & Taş, (2018) yang menyerlahkan cara media sosial memupuk hubungan dalam kalangan individu yang berfikir sama. Gaya hidup generasi muda sangat dipengaruhi oleh teknologi dan populariti media sosial. Mereka terlibat dengan platform seperti Tik Tok, mengambil bahagian secara aktif dalam kandungan video pendek dan mengulas tentang kaitannya (Vannucci et al., 2020). Aliran Tik Tok memberi kesan ketara kepada kepuasan pengguna (Sharabati et al., 2022), idea yang disokong oleh Bilgin & Taş, (2018) yang menekankan keupayaan media sosial untuk menghubungkan individu yang mempunyai minat yang sama.

Mengenai kesan Tik Tok terhadap prestasi akademik, kajian berbeza muncul. Enache et al., (2021) mendedahkan bahawa 60% remaja melihat Tik Tok sebagai bermanfaat untuk ahli akademik, manakala Liang (2021) menunjukkan bahawa penggunaan yang berlebihan boleh menjejaskan hasil pembelajaran akibat pengaruh kandungan.

Dalam konteks Malaysia, pengaruh politik kekal terutamanya di luar talian, dengan kempen yang dijalankan secara fizikal menyasarkan khalayak bukan dalam talian. Walau bagaimanapun, pengundi muda, yang cenderung secara digital, lebih suka platform seperti TikTok untuk menyemak imbas kandungan politik. Anjakan ini mencerminkan perubahan dalam penglibatan politik generasi muda.

Kajian empirikal Hall (2019), mendapati masalah yang wujud dalam kalangan pengundi muda ialah kurangnya penyertaan mereka dalam proses pengundian. Walau bagaimanapun, penyelidik menyimpulkan bahawa media sosial merupakan salah satu kaedah yang mampu mengubah peratusan keluar mengundi dalam kalangan golongan muda. Justeru itu, penyelidik menyarankan ahli politik menggunakan media sosial sebagai salah satu kaedah memujuk golongan muda keluar mengundi.

Suruhanjaya Pilihan Raya (SPR) merekodkan 4 juta pengundi kali pertama berumur 18 hingga 21 tahun daripada jumlah kiraan pemilih yang layak sebanyak 21.1 juta untuk PRU15. Pada masa yang sama, pengguna TikTok di Malaysia mencapai 14.4 juta dalam tempoh dua tahun. Ini menunjukkan bahawa mesej TikTok mempengaruhi golongan muda, terutamanya pengundi kali pertama, dalam pilihan parti politik mereka (Zulkifli et al., 2021; Hall, 2019; Subre et al., 2023).

Didapati dari kajian lepas, peningkatan penggunaan media sosial berkorelasi dengan pengetahuan dan penyertaan politik yang lebih tinggi dan ada hubungan positif antara kesetiaan pengundi dan kekerapan kandungan ahli politik di media sosial (Dimitrova et al., 2014; Syakirin H., 2022). Walau bagaimanapun, terdapat jurang dalam memahami kekerapan kandungan politik di TikTok mempengaruhi pilihan dan undi parti. Oleh itu, tujuan kajian ini adalah untuk mengenal pasti impak TikTok dalam mempengaruhi undi pengundi muda dalam Pilihanraya Umum-15 (PRU-15) lalu serta mengetahui tahap kesedaran dan penglibatan golongan muda dalam politik Malaysia.

Kajian Literatur

Tiktok dan pengundi muda.

Berdasarkan Perkara 113 dan 119 Perlembagaan Persekutuan, Akta Pilihan Raya 1958 dan Peraturan-Peraturan Pilihan Raya (Pendaftaran Pemilih) 2002, SPR melaksanakan program Pendaftaran Pemilih Secara Automatik (PPSA) pada 15 Disember 2021 yang membenarkan individu berusia 18 tahun layak didaftarkan sebagai pengundi dan berhak mengundi dalam sebarang bentuk pilihan raya berdasarkan syarat-syarat dan peraturan-peraturan pilihanraya. Maka, PRU15 adalah pilihan raya pertama untuk pengundi muda berusia 18 tahun di Malaysia.

Terdapat banyak penyelidikan yang menyiasat hubungan di antara keputusan pengundi muda dan media sosial dalam pilihan raya. Di Sweden, pengundi muda lebih cenderung untuk menggunakan media sosial berbanding golongan yang lebih berusia dan media sosial boleh mendorong orang ramai untuk terlibat dalam aktiviti politik dengan kadar yang sama seperti media berita konvensional (Holt et al., 2013). Dalam kajian Norshuhada et

al. (2016) mendapati kebanyakan orang muda atau Generasi Y yang menggunakan teknologi sebagai cara kehidupan mereka. Didapati Generasi Y mempercayai media massa untuk menghubungkan rakyat dengan kerajaan, digunakan dalam proses membuat keputusan dan menyuarakan pendapat mereka. Oleh itu, baik kerajaan mahupun pembangkang telah menumpukan pada Generasi Y untuk mendapatkan sokongan mereka.

Di media sosial, ahli politik terdedah kepada pelbagai demografi. Oleh itu, ahli politik mesti bijak menarik perhatian audiens sasaran mereka melalui pemasaran dan kempen strategi mereka (Stier et al., 2018). Chernobov (2021) menyatakan ahli politik jarang menggunakan lawak jenaka semasa berkempen, tetapi pasukan kempen mengedarkan kandungan yang berunsur lawak jenaka melalui pelbagai platform.

Tiktok sebagai medium agenda politik

Kusyanti et al. (2018) mentakrifkan "kebergunaan media sosial" sebagai kepercayaan pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi sosial di alam maya dan membantu mereka mencapai matlamat mereka. Ini adalah hasil daripada media kontemporari yang lebih fleksibel, yang membolehkan sesiapa sahaja menyuarakan pendapat mereka tanpa mengira latar belakang ekonomi mereka (Meijer, 2012). Sementara itu, Zhong et al. (2022), mendapati kekerapan pengguna media social adalah tinggi menggunakan untuk menyiarkan, berkongsi dan melihat mesej. Justeru itu, semakin mereka bersedia untuk melihat, tweet semula, dan siarkan berita, maka video pada platform sosial mulai beralih kepada penglibatan berkaitan sosial dan politik.

Di Malaysia, penggunaan internet untuk kempen politik diaplikasikan secara meluas sejak era reformasi politik, selepas pemecatan Anwar Ibrahim daripada kabinet pada tahun 1998. Ketika itu, penyokong beliau beralih kepada media alternatif atau internet, kerana kerajaan telah membuat sekatan terhadap isu berkaitan yang disiarkan melalui media utama. Penggunaan domain laman web seperti blog merupakan medium yang popular pada era reformasi dan pilihan raya umum 1999 (Ahmad & Mohd Zain, 2021).

Politik di kalangan pelajar universiti

Penglibatan pelajar memainkan peranan aktif sebagai penyokong parti politik dalam menggerakkan dan meraih undi. Trend pergerakan belia dicirikan oleh tumpuan yang jelas untuk menangani kebimbangan seperti ketegangan kaum dan agama (Taib & Vivian; 2022). Pilihan raya di Malaysia, kedua-dua parti pemerintah dan pembangkang menyasarkan golongan muda untuk kejayaan pilihan raya, satu trend yang diperhatikan dari pilihan raya umum ke-12 hingga ke-14 (Yazid et al., 2020).

Zhong et al. (2022) mendapati penyertaan media sosial dalam politik berfungsi untuk tujuan seperti pemantauan, menyatakan permintaan dan komunikasi. Walau bagaimanapun, walaupun platform dalam talian menawarkan ruang untuk pendapat rakyat, mereka mungkin tidak selalu membawa kepada pemenuhan tuntutan, dan komunikasi dengan kerajaan mungkin tidak mempengaruhi keputusannya secara drastik.

Kesedaran politik di kalangan pelajar universiti.

Platform media sosial yang berkesan berpotensi meningkatkan penyertaan pengundi belia, menunjukkan keperluan untuk ahli politik menyesuaikan strategi mereka untuk demografi yang lebih muda (Hall, 2019). Tambahan pula, kebangkitan platform media sosial seperti Twitter, Facebook, dan blog, yang menekankan peranan media sosial yang berpengaruh dalam membentuk politik muda (Taib & Vivian, 2022)

Subre et al.(2023) mengkaji peranan Tik Tok dalam kalangan milenium semasa kempen PRU15. Keputusan menunjukkan bahawa TikTok kebanyakannya digunakan oleh milenium untuk meningkatkan pengetahuan politik dan membimbing pilihan pengundian. Kajian itu juga menunjukkan kekurangan perbezaan ketara berasaskan jantina dalam penggunaan TikTok dalam kalangan milenium semasa kempen.

Metodologi Kajian

Kajian tertumpu kepada pelajar universiti khususnya dari UNITAR International University dan UiTM Johor Kampus Pasir Gudang. Pengumpulan data untuk kajian ini menggunakan platform dalam talian menggunakan *google form*. Data dianalisis secara deskriptif, termasuk kaedah statistik, digunakan untuk mentafsir data soal selidik. Matlamatnya adalah untuk memberikan pandangan dan penjelasan untuk data yang dikumpul, menggambarkan ciri-ciri sampel. Data yang dikumpul telah menjalani analisis deskriptif menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 28. Analisis ini merangkumi pengukuran kekerapan, min, peratusan dan sisihan piawai.

Dapatan kajian dan perbincangan

Kajian ini merangkumi tinjauan yang mensasarkan pelajar Diploma/Sarjana Muda/Sarjana dari universiti swasta dan awam di Malaysia. Tempoh pengumpulan data bermula dari 10 Mei 2023, hingga 15 Jun 2023. Berdasarkan jadual 1, seramai 135 pelajar mengambil bahagian secara aktif dalam kajian ini terdiri daripada 96 responden dari UiTM Johor Kampus Pasir Gudang dan 39 responden dari Universiti Antarabangsa UNITAR.

Hasil kajian mendapati jumlah responden perempuan 88 orang (65.2%), manakala responden lelaki seramai 47 orang (34.8%). Dari segi umur, didapati responden yang berumur 18-22 seramai iaitu 114 orang (84.4%) adalah pengguna TikTok yang tertinggi. Di ikuti responden yang berumur 23-27 seramai 18 orang (13.3%) dan 28-32 seramai 3 orang (2.2%). Dari segi kaum, responden terdiri daripada Melayu (74.1%), India (20%), Cina (2.2%), dan Bumiputera (3.7%). Kajian tertumpu kepada pelajar yang berdaftar sebagai pelajar Diploma/Sarjana Muda/Sarjana, pengguna Tik Tok, dan pengundi berdaftar untuk PRU-15. Ini menunjukkan penerimaan meluas TikTok dalam kalangan responden, terutamanya pengundi muda.

Jadual 1: Demografi Responden

Item	N	(%)
Jantina		
Lelaki	47	34.8
Perempuan	88	65.2
Umur		
18-22	114	84.4
23-27	18	13.3
28-32	3	2.2
Kaum		
Bumiputera (Sabah/Sarawak)	5	3.7
Cina	3	2.2
India	27	20
Melayu	100	74.1
Tahap Pendidikan		
Diploma	98	72.6
Ijazah Sarjana Muda	36	26.7
	1	0.7
Institusi		
UiTM JOHOR	96	71.1
UNITAR International University	39	28.9

Impak penggunaan tiktok untuk maklumat politik

Keputusan kajian menunjukkan bahawa purata min untuk maklumat politik di TikTok jatuh dalam julat 1.64 hingga 1.75. Dimana, 25% responden mengakui menggunakan TikTok untuk berkongsi kandungan kerajaan dan politik, meliputi bidang seperti politik, ekonomi dan hubungan antarabangsa. 24% responden mengesahkan menggunakan TikTok untuk membincangkan perkara politik. Selain itu, 19% bersetuju bahawa menyiarkan isu politik di TikTok adalah cara yang berkesan untuk mengakses maklumat dan mengambil bahagian dalam perbincangan, seperti yang digambarkan dalam jadual 2. Dapatan ini mencerminkan pertimbangan teliti responden terhadap respons mereka, mencadangkan pendekatan yang bernas kerana tekanan dan keseriusan yang dirasakan menggunakan TikTok untuk menyebarkan maklumat parti politik. Dapatan ini juga membuktikan kajian yang dilaksanakan oleh Nur Syahira et.al (2023) adalah sepadan. Dimana dalam kajian tersebut, pengkaji menemui golongan muda menggunakan TikTok kerana mereka ingin meningkatkan pengetahuan politik mereka. Pengetahuan baharu ini boleh membawa mereka membuat keputusan untuk mengundi parti yang dipilih. Ini sejajar dengan penegasan Salleh (2022) bahawa lonjakan penggunaan TikTok telah mengubah dinamik kempen PRU-15, membolehkan mesej kempen mencapai dan mempengaruhi pengundi muda dengan berkesan.

Jadual 2: Penggunaan TikTok untuk Maklumat Politik

Penggunaan TikTok untuk Maklumat Politik	Peratusan (%)			Min	S.P
	Tidak setuju	Neutral	Setuju		
Saya menyiarkan maklumat mengenai kerajaan atau politik, seperti politik, ekonomi atau hubungan antarabangsa di TikTok.	64 (47.4)	46 (34.1)	25 (18.5)	1.71	.762
Saya menyertai perbincangan topik politik melalui TikTok	58 (43)	53 (39.3)	24 (17.8)	1.75	.740
Saya menyiarkan isu politik di TikTok untuk mendapatkan maklumat atau perbincangan.	67 (49.6)	49 (36.3)	19 (14.1)	1.64	.717

Impak TikTok Terhadap Undi

Kajian mendapati tingkah laku mengundi yang dipengaruhi melalui TikTok adalah ditahap sederhana dengan purata min (1.94-2.06). Kira-kira, 36% peserta bersetuju bahawa TikTok membantu mereka memahami tindakan calon-calon selepas pilihan raya, dan menggunakan TikTok untuk mengumpul maklumat politik yang tidak berat sebelah. Selain itu, 29% menggunakan TikTok untuk mengumpulkan maklumat politik untuk membimbing pilihan pengundian mereka. Perkara ini dapat dilihat dalam jadual 3. Malah dapatan ini menyokong kajian yang dilakukan oleh Faiz (2022) menyatakan pandangannya bahawa PRU15 diistilahkan sebagai pilihan Raya 'TikTok', kerana media sosial terutama TikTok yang berkonsepkan video-video pendek dengan penerangan ringkas dan jelas digunakan secara meluas oleh semua parti politik negara ini pada PRU15 lalu.

Jadual 3: Pengaruh TikTok Terhadap Undi

Keputusan Mengundi Melalui TikTok	Peratusan (%)			Min	S.P
	Tidak setuju	Neutral	Setuju		
Saya menggunakan TikTok untuk maklumat politik, untuk membantu saya memutuskan cara mengundi.	37 (27.4)	69 (51.1)	29 (21.5)	1.94	.699
Saya menggunakan TikTok untuk maklumat politik, untuk melihat apa yang akan dilakukan oleh calon jika dipilih.	29 (21.5)	70 (51.9)	36 (26.7)	2.05	.695
Saya menggunakan TikTok untuk maklumat politik, untuk pandangan yang tidak berat sebelah.	28 (20.7)	71 (52.6)	36 (26.7)	2.06	.689

Penyertaan Politik di Kalangan Pelajar Universiti

Kajian ini mendedahkan bahawa penyertaan politik dalam kalangan pelajar universiti secara signifikan mempengaruhi pengundi muda menggunakan aplikasi TikTok dan memberi kesan kepada keputusan PRU15. Sekitar 80.7% responden adalah pengundi muda pada PRU-15. Tambahan pula, 57.8% responden menyatakan persetujuan mereka untuk menerima sokongan kewangan daripada calon PRU-15. Sementara itu, 16.3% peserta mengesahkan penglibatan aktif mereka dalam kempen parti politik yang disokong dalam PRU-15 dengan berkongsi maklumat di TikTok. Data kajian ini dibentangkan dalam jadual 4, yang menggariskan tahap penglibatan aktif pengundi muda dalam parti politik semasa PRU-15. Auxier & Anderson (2021) pula menyatakan bentuk baharu aktiviti media sosial dalam mengembang dan membentuk tingkah laku politik di kalangan golongan muda, adalah cara terbaik untuk menganalisis dan memahami penyertaan golongan muda dalam aktiviti politik secara menyeluruh. Terutamanya, pelajar universiti muncul sebagai penggerak penting dalam merayu undi dan memilih pemimpin melalui penyebaran maklumat di TikTok.

Jadual 4: Penyertaan Politik di Kalangan Pelajar Universiti

Penyertaan Politik di Kalangan Pelajar Universiti	N	Peratusan	
		Ya	Tidak
Adakah anda mengundi pada pilihan raya umum-15 (PRU15)?	135	109 (80.7%)	26 (19.3%)
Adakah anda menyokong untuk mendapatkan bantuan kewangan dari calon bertanding untuk pilihan raya?	135	78 (57.8%)	57 (42.2%)
Adakah anda terlibat secara aktif dalam kempen pilihan raya melalui penyebaran maklumat di TikTok?	135	22 (16.3%)	113 (83.7%)

Kesedaran Politik di Kalangan Pelajar Universiti

Penemuan kajian ini menunjukkan bahawa sebahagian besar responden, khususnya 76.3% pelajar universiti menunjukkan kesedaran tentang ideologi politik Malaysia melalui penyebaran maklumat di TikTok. Aliran ini meluas kepada pemahaman tentang kepentingan perlembagaan dalam negara demokrasi, dengan 74.1% responden mengesahkan kesedaran mereka melalui siaran TikTok, seperti yang digambarkan dalam jadual 5. Sebanyak 73.3%, mengakui dimaklumkan tentang hak mengundi mereka melalui siaran TikTok. Keputusan ini secara kolektif mengesahkan peranan positif Tik Tok dalam meningkatkan kesedaran politik di kalangan pelajar universiti di Malaysia. Ini menyokong dapatan kajian Gilardi (2021) yang menyatakan kemunculan media sosial telah membawa kepada kebangkitan semula dalam pengajian bidang sosiologi khususnya dalam politik dan belia. Penciptaan platform media sosial telah membawa lonjakan evolusi ke hadapan dari segi individu yang terlibat secara terbuka dalam aktiviti politik di kalangan golongan muda.

Jadual 5: Kesedaran Politik di Kalangan Pelajar Universiti

Kesedaran Politik di Kalangan Pelajar Universiti	N	Peratusan	
		Ya	Tidak
Adakah anda sedar mengenai hak anda untuk mengundi melalui penyiaran maklumat di TikTok?	135	99 (73.3%)	36 (26.7%)
Adakah anda sedar ideologi politik Malaysia melalui penyiaran maklumat di TikTok?	135	103 (76.3%)	32 (23.7%)
Adakah anda sedar kepentingan perlembagaan dalam sebuah negara demokrasi melalui penyiaran maklumat di TikTok?	135	100 (74.1%)	35 (25.9%)

Kesimpulan dan Penutup

Ringkasnya, penyelidikan ini menemui impak TikTok dalam membentuk pemahaman politik dan proses pilihan raya pada PRU-15 lalu yang melibatkan pengundi muda kali pertama. TikTok merupakan platform untuk berkongsi maklumat politik, ruang untuk menyebarkan agenda politik dan boleh mempengaruhi keputusan pengundian. Kajian ini menunjukkan bahawa mesej daripada parti politik dan penyokong di TikTok mempengaruhi keputusan pilihan raya dan landskap politik negara. Selain itu, pelajar universiti menggunakan TikTok untuk meningkatkan kesedaran politik mereka, meneroka hak politik dan melibatkan diri dengan pelbagai ideologi politik

Walau bagaimanapun, batasan kajian ini terletak pada sampel responden yang sedikit yang cuma melibatkan kampus universiti tertentu iaitu UiTM Johor dan Universiti Antarabangsa UNITAR, yang mungkin tidak mewakili populasi yang lebih besar. Selain itu, penyelidikan itu tidak menilai ketepatan maklumat politik di TikTok atau kredibiliti mesej. Penyelidikan masa depan harus meneliti ketepatan dan kredibiliti kandungan politik di TikTok melalui semakan fakta dan pengesahan sumber. Analisis perbandingan dengan platform media sosial lain boleh menawarkan pandangan tentang peranan unik TikTok dalam penglibatan politik.

Usaha penyelidikan masa depan boleh menyelidiki lebih mendalam dan meluaskan skop untuk meneliti ketepatan dan kredibiliti kandungan politik yang disebarkan di TikTok. Ini boleh melibatkan pemeriksaan teliti keaslian sumber, semakan fakta menyeluruh, dan penilaian kredibiliti maklumat yang disebarkan melalui platform. Tambahan pula, kajian yang akan datang mungkin meneroka pengaruh TikTok dalam penglibatan politik melalui analisis perbandingan dengan platform media sosial yang lain. Pendekatan ini akan memudahkan pemahaman menyeluruh tentang sifat tersendiri TikTok dan peranannya dalam membentuk penglibatan politik.

Rujukan

- Ahmad, Z., & Mohd Zain, Z. (2021, January 23). Political Involvement among Youth in Malaysia: Lessons Learnt. *International Journal of Media and Communication Research*, 2(1), 11–22. <https://doi.org/10.25299/ijmcr.v2i1.6122>
- Auxier, B & Anderson, M. (2021). Sosial media use in 2021. Pew Research Centre, I., 1-4.
- Brito, K. D. S., and Adeodato, P. J. L. (2022). Measuring the performances of politicians on social media and the correlation with major Latin American election results. *Government Information Quarterly*, 39(4), 101745. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2022.101745>
- Bilgin, O., & Taş, İ. (2018). Effects of perceived social support and psychological resilience on social media addiction among University students. *Universal Journal of Educational Research*, 6(4), 751-758. <https://doi.org/10.13189/ujer.2018.060418>
- Chernobrov, D. (2021). Strategic humour: Public diplomacy and comic framing of foreign policy issues. *The British Journal of Politics and International Relations*, 24(2). <https://doi.org/10.1177/1369148121102395>
- Dimitrova, D., Strömbäck, J., Shehata, A., and Nord, L.(2014). The effects of digital media on political knowledge and participation in election campaigns: Evidence from panel data. *Communication Research*,41(1), 95–118.
- Enache, Prof. A. (2021). Tiktok - the influence on school performance and social life of adolescents. *Pro Edu. International Journal of Educational Sciences*, 3(4), 62–70. <https://doi.org/10.26520/peijes.2021.4.3.62-70>
- Faiz, F. (2022). PRU15 pilihan raya 'Tik Tok'?. *Utusan Malaysia*. Retrieved from <https://www.utusan.com.my/nasional/2022/10/pru15-pilihan-raya-tik-tok/>
- Gilardi, F. et al (2022). Social media & political agenda setting. *Political Communication*, 39 (1), 39-60.
- Greenwell, M.P and Johnson, T.F. (2023). Is it all talk: Do politicians that promote environmental messages on social media actually vote-in environmental policy?. *Energ. Ecol. Environ.* 8, 17–27. <https://doi.org/10.1007/s40974-022-00259-0>
- Hall, H. (2019). Voting behavior among young adults: An analysis of youth voters and how behavioral economic concepts can be applied to increase young voter turnout. *Honors College Theses*. 256.
- Holt, K., Shehata, A., Strömbäck, J., and Ljungberg, E. (2013). Age and the effects of new media attention and social media use on political interest and participation: Do social media function as leveller? *European Journal of Communication*, 28(1), 19-24. <https://doi.org/10.1177/0267323112465369>
- Ibáñez, D. B., Calderón, C. A., Arroyave, J., & Silva, R. A. (2015). Influence of Social Networks in the Decision to Vote. *International Journal of E-politics*, 6(4), 15–34. <https://doi.org/10.4018/iejep.2015100102>
- Kusyanti, A., Catherina. H.P.A., Puspitasari D.R. and Sari Y.A.L. (2018). Teen's social media adoption: An empirical investigation in Indonesia. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA)*, 9 (2), 380-384.
- Liang, X. (2021). Research on how to perceive their behavior for International High School students based on using TikTok with semi-structured interview. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210407.151>
- Meijer, A. (2012). Coproduction in an information age: Individual and community engagement supported by new media. *Voluntas*, 23, 1156–1172.
- Montag, C., Elhai, J. D., & Dagum, P. (2021). Show me your smartphone... and then I will show you your brain structure and brain function. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(5), 891-897.
- Mulya, H. (2021). *Persepsi Orangtua Terhadap Anak-anak Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Kasus Pada Orangtua Di RT 002 RW 003 Kelurahan Kampung Baru Kecamatan Senapelan, kota Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Norshuhada Shiratuddin, Mohd Azizuddin Mohd Sani, Shahizan Hassan, Mohd Khairie Ahmad, Kartini Aboo Talib @ Khalid, Noor Sulastry Yurni Ahmad. (2016). Generation Y's Political Participation and Social Media in Malaysia. *Jurnal Komunikasi*, 32(1) 2016:125-143.
- Nur Syahira Md Subre, Ahlam Abdul Aziz & Dzaa Imma Abdul Latif (2023). The Use of TikTok Among Millennials During General Election 15 (GE15) Campaign. *Journal of Media & Information Warfare*. Vol 16 (1), 48-56. e-ISSN 2821-3394.
- Salman, A., Yusoff, M. A., Salleh, M. A. M., and Abdullah, M. Y. H. (2018). Penggunaan media sosial untuk sokongan politik di Malaysia. *Journal of Nusantara Studies (JONUS)*, 3(1), 51-63.

- Sharabati, A. A. A., Al-Haddad, S., Al-Khasawneh, M., Nababteh, N., Mohammad, M., & Abu Ghoush, Q. (2022). The Impact of TikTok User Satisfaction on Continuous Intention to Use the Application. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 125.
- Subre, N. S. M., Aziz, A. A., & Latif, D. I. A. (2023). The Use of TikTok Among Millennials During General Election 15 (GE15) Campaign. *Journal of Media and Information Warfare* Vol, 16(1), 48-56.
- Suruhanjaya Pilihan Raya Malaysia. <https://www.spr.gov.my/ms/pilihan-raja/umum-0>.
- Syakirin Husnal (2022). Political Marketing: Social Media Content and Its Influence on Voters' Loyalty To Political Leaders (Master's thesis). Universiti Tun Abdul Razak.
- Taib, R., and Vivian, B. T. (2022). Youth tsunami: University students' political participation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(6). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i6/13920>
- Vannucci, A., Simpson, E. G., Gagnon, S., and Ohannessian, C. M. (2020). Social media use and risky behaviors in adolescents: A meta-analysis. *Journal of Adolescence*, 79, 258-274.
- Yazid Saleh, Siti Noranizahhafizah Boyman, Hanifah Mahat, Mohmadisa Hashim, Nasir Nayan Saiyidatina Balkhis Norkhaidi, and Samsudin Suhaili. (2020). Pola sokongan pengundi muda sebelum Pilihan Raya Umum ke 14 di Malaysia. *GEOGRAFIA Malaysian Journal of Society and Space*, 16(1), 80-94.
- Zhong, F., Li, P., and Xi, J. (2022). A survey on online political participation, social capital, and well-being in social media users—based on the second phase of the third (2019) TCS Taiwan Communication Survey Database. *Frontiers in Psychology*, 12, 730351–730351. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.730351>
- Zulkifli, N., Omar, S. K., Johari, N. F., Hassan, M. S., and Rosman, M. R. M. (2021). Pengaruh Media Baru dan Penglibatan Politik Belia. *Advances in Humanities and Contemporary Studies*, 2(2), 63-77.