

TREND PENGGUNAAN MEDIA BARU KE ATAS REMAJA



INSTITUT PENGURUSAN PENYELIDIKAN
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA
40450 SHAH ALAM, SELANGOR
MALAYSIA

Oleh:

PROF DR MOHTAR MUHAMMAD
HALIZA HASAN
SUHAINEE BIR SAHAR @ SAJBAR
AHMAD FAISAL MOHAMED FIAH

APRIL 2012

TREND PENGGUNAAN MEDIA BARU KE ATAS REMAJA

OLEH:

**PROF DR MOKHTAR MUHAMMAD
HALIZA HASAN
SUHAIMEE BIN SAAHAR@SAABAR
AHMAD FAISAL MOHAMED FIAH**

APRIL 2012

PENGHARGAAN

Setinggi-tinggi penghargaan dan ribuan terima kasih diucapkan kepada semua pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung bagi membolehkan penyelidikan ini disiapkan dengan sempurna.

Di antaranya :

Prof. Madya Dr. Adnan Hashim
(*Dekan Fakulti Komunikasi & Pengajian Media*)

dan

Semua pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung bagi membolehkan penyelidikan ini disiapkan dengan sempurna.

Kandungan

Surat Tawaran.....	ii
Penghargaan.....	iii
Kandungan.....	iv
Laporan.....	1
Ringkasan Eksekutif Cadangan	1
Ringkasan Eksekutif Terkini.....	2
1.0 Pengenalan	3
1.1 Media Elektronik dan Masyarakat.....	3
1.2 Pernyataan Masalah	3
1.3 Objektif Kajian	4
1.4 Kepentingan Projek.....	4
1.5 Skop Projek/Batasan Kerja	4
1.6 Definisi Terma/Konsep	5
2.0 Kajian Litratur.....	6
3.0 Kaedah Penyelidikan.....	10
3.1 Rasional Pemilihan Kaedah	10
3.2 Rasional Pemilihan Kawasan Kajian	10
3.3 Skop kajian	10
3.4 Kaedah Pensampelan dan Saiz Sampel	11
3.5 Kaedah Pengumpulan Data	11
3.6 Kaedah Analisis	11
4.0 Keputusan dan Perbincangan	12
4.1 Profil Responden.....	12
4.2 Analisis Deskriptif berkenaan Media Kegemaran Responden, Penggunaan Internet di kalangan Responden dan Peranan Laman Web / Blog dalam Menyalurkan Maklumat Politik.....	20
4.3 Analisis Kualitatif berkenaan Ciri Parti / Pemimpin Politik, Isu Politik dan Laman Web / Blog Kegemaran Responden	37
5.0 Kesimpulan dan Cadangan	39
5.1 Kesimpulan	39
5.1.1 Pola Penggunaan Media Baru di Kalangan Remaja.....	39
5.1.2 Persepsi Remaja (Audien) Terhadap Maklumat Dipaparkan Dalam Media Baru	39
5.1.3 Persepsi Remaja (Audien) Terhadap Tahap Kebolehpercayaan Maklumat dalam Media Baru	40
5.1.4 Tahap Pengaruh Maklumat Dalam Media Baru Ke Atas Remaja Dalam Membuat Keputusan.....	41
5.1.5 Isu Utama Dan Maklumat Yang Dipaparkan Dalam Media Baru Untuk Kempen Politik Pilihanraya Akan Datang.....	41
5.2 Cadangan	42

1.0 Pengenalan

Hari ini, istilah bermaklumat telah digunakan untuk menerangkan celek atau berpengetahuan dalam soal-soal kehidupan seperti ekonomi, politik, muzik, komputer dan sebagainya. Oleh itu bermaklumat dalam bidang muzik boleh diertikan sebagai berpengetahuan dalam bidang muzik, bermaklumat dalam bidang komputer sebagai berpengetahuan dalam bidang komputer dan seterusnya. Dan memberi pengetahuan dalam melahirkan individu atau kumpulan bermaklumat adalah salah satu fungsi komunikasi.

1.1 Media Elektronik dan Masyarakat

Dalam era yang dipanggil zaman bermaklumat (*information age*) ini komunikasi dan penyebaran maklumat adalah perkara penting. Lebih ramai orang terlibat dalam penciptaan, pemerosesan dan komunikasi maklumat. Umpamanya, kakitangan bank, guru, pengendali komputer, pekerja dalam industri komunikasi, individu dalam kumpulan tertentu. Proses komunikasi dan penyebaran maklumat bertambah canggih dan dunia menjadi semakin kecil. Proses penyebaran maklumat adalah begitu cekap, cepat dan tepat. Telefaks, videoteks, telefon bergambar, internet, telegraf, faksimili, satelit penyiaran terus (DBS), radio dan TV kabel, penerbitan setempat (Desktop Publishing), TV berdefinisi tinggi (HDTV) dan lain-lain adalah contoh teknologi yang membantu dalam proses pewujudan masyarakat bermaklumat. Masyarakat bermaklumat adalah salah satu pra-syarat bagi pembentukan negara maju menjelang tahun 2020. Justeru, mengetahui bagaimana teknologi komunikasi membantu dalam proses ini adalah sesuatu yang penting dan bermanfaat.

1.2 Pernyataan Masalah

Kebelakangan ini ramai di antara kita terdedah dengan media baru, lebih-lebih lagi remaja. Ramai remaja yang terpengaruh dengan maklumat yang terdapat di dalam media baru tentang parti politik. Malah, banyak parti politik menggunakan media baru sebagai satu satu kegiatan yang penting dalam usaha untuk mencari sokongan pengundi untuk memilih calon pilihanraya umum (PRU 13) akan datang. Pelbagai kaedah digunakan oleh parti politik untuk berkempen bagi mencari sokongan. Media merupakan satu saluran yang biasa digunakan oleh semua pihak yang berkempen. Media konvensional seperti akhbar, radio dan televisyen sama ada milik kerajaan atau swasta akan menjadi gelanggang sebagai tempat untuk menyalurkan pelbagai maklumat kempen bagi setiap parti politik yang terlibat. Bagaimanapun, media baru semasa seperti laman web, blog dan sistem pesanan ringkas melalui telefon mudah alih merupakan satu saluran komunikasi yang canggih dan pantas dalam memaparkan maklumat kempen. Pengaruh media baru ini dikatakan boleh memberi impak dan kesan yang dapat mempengaruhi pengundi dalam menentukan keputusan pengundian sesuatu calon pilihan raya. Penggunaan media baru dalam memaparkan